



Vittoria
Assicurazioni

2019

BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ

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	05
	NOTA METODOLOGICA	06
	TEMI MATERIALI E SDGs	08
<hr/>		
1.	UNA STORIA DI VALORI	
	LA NOSTRA STORIA	18
	LA NOSTRA IDENTITÀ E I NOSTRI VALORI	19
	GLI HIGHLIGHTS DI GRUPPO	21
	LA NOSTRA STRATEGIA	22
<hr/>		
2.	DAI PRINCIPI AI FATTI: LA NOSTRA GOVERNANCE	
	LA GOVERNANCE RESPONSABILE	30
	IL SISTEMA DI CONTROLLO INTERNO E DI GESTIONE DEI RISCHI	36
	ANTIRICICLAGGIO E ANTICORRUZIONE	26
	I RAPPORTI CON LE AUTORITÀ DI VIGILANZA	27
<hr/>		
3.	SOLIDI, STABILI E RESPONSABILI	
	SOLIDITÀ ECONOMICA E STABILITÀ FINANZIARIA	42
	LE POLITICHE DI INVESTIMENTO	47
<hr/>		
4.	LA PERSONA AL CENTRO	
	RISORSE UMANE	50
	CLIENTI	71
	AGENTI INTERMEDIARI	87
	PARTNER COMMERCIALI E PROFESSIONALI	94
	TERRITORIO E COLLETTIVITÀ	97
<hr/>		
5.	SOSTENIBILI PER SCELTA	
	L'ATTENZIONE AGLI IMPATTI AMBIENTALI	102
<hr/>		
	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.

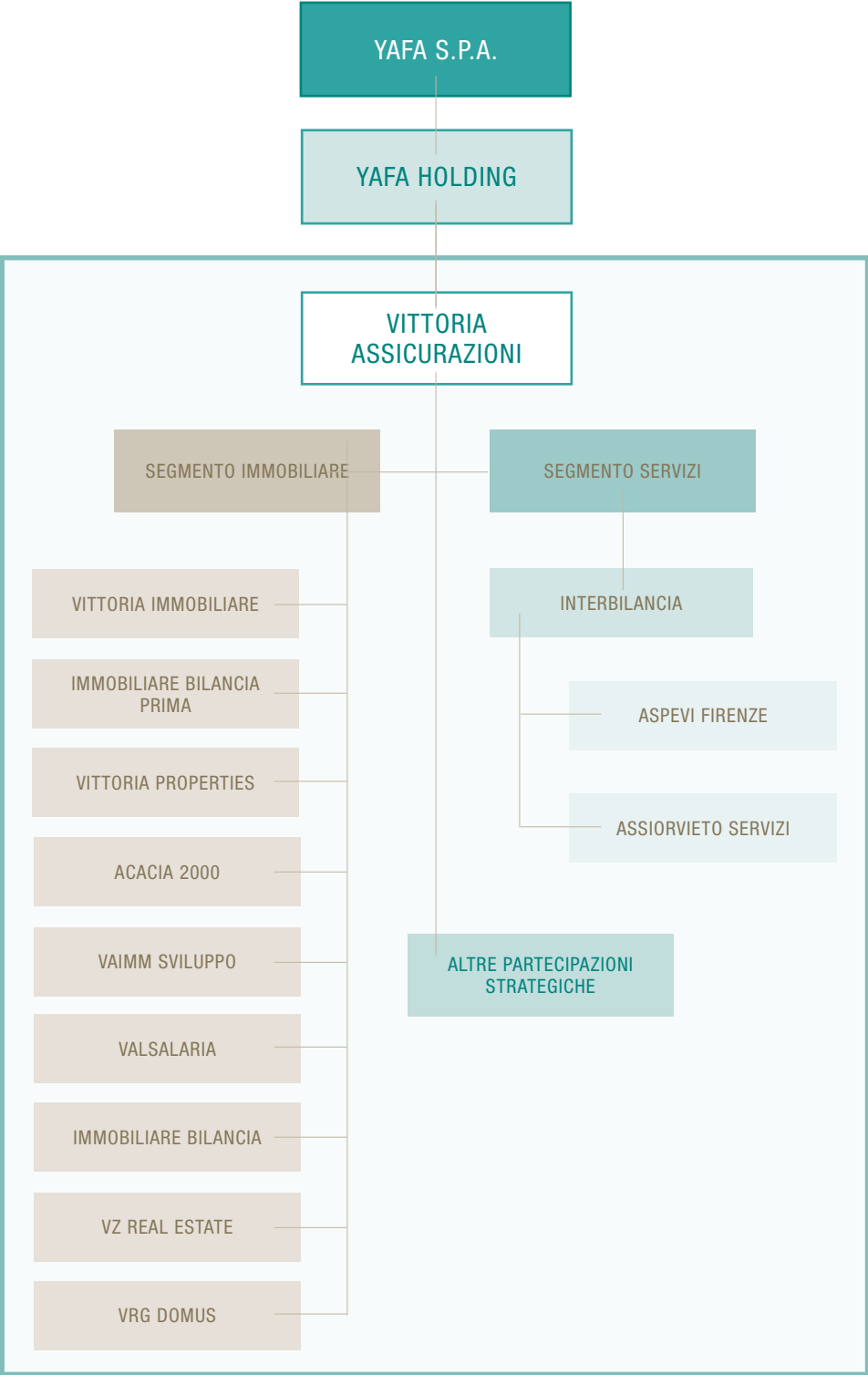
Vittoria Assicurazioni è stata quotata alla Borsa Valori di Milano dal 1988 sino alla data del 28 settembre 2018, data in cui Borsa Italiana ha disposto la revoca della quotazione delle azioni ordinarie dal mercato telematico azionario.

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 scopo della presente relazione



LETTERA DEL PRESIDENTE E DELL'AMMINISTRATORE DELEGATO

È con rinnovato piacere e orgoglio che vi presentiamo la terza edizione del Bilancio di Sostenibilità del Gruppo Vittoria.

Il documento che state per leggere descrive in modo equilibrato e 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. Valori che quest'anno abbiamo chiaramente indicato anche nella Mission del Gruppo. Per noi l'Assicurazione ha un valore sociale: è una cosa seria. Perseguire l'eccellenza è nostra volontà. Nella Vision abbiamo invece definito come vogliamo

agire. Soddisfiamo le aspettative dei nostri clienti. Sviluppiamo rapporti di fiducia costanti, forti e duraturi. La tutela delle persone, delle famiglie e delle aziende è da sempre il nostro principale obiettivo a cui miriamo con assoluta serietà attraverso l'impegno di un organico di persone altamente specializzate e una capillare rete di Agenzie competenti e professionali.

Le persone sono quindi sempre al centro della nostra attività imprenditoriale ed è proprio per questo che siamo attenti a garantire anche ai nostri dipendenti un ambiente di lavoro sicuro e stimolante, oltre che programmi di apprendimento specifici volti a valorizzarne le attitudini e favorirne una crescita costante. Attribuiamo molta importanza anche alla formazione di tutta la nostra rete commerciale al fine di offrire sempre i massimi livelli di servizio ai nostri Clienti e alle comunità locali di cui facciamo parte. Da qui l'ispirazione che da sempre ci accompagna: cercare di fare ogni giorno qualcosa un po' meglio del giorno precedente.

La sostenibilità è parte integrante del nostro modo di essere impresa e ci guida nel

trovare soluzioni all'avanguardia capaci di ridurre l'impatto ambientale delle nostre attività, semplificare i processi amministrativi e rendere tempestivo il nostro intervento.

Con l'obiettivo di accelerare questi processi di innovazione abbiamo costituito Vittoria hub: un incubatore insurtech dedicato alla Open Innovation che favorisce la circolazione di idee e la nascita di nuovi modelli di business e servizi per i nostri Clienti.

I numeri e i grafici inseriti in questo documento rispecchiano le azioni che abbiamo svolto e sono il frutto della coerenza e della serietà del 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. Anche nell'attuale situazione eccezionale di emergenza sanitaria dovuta al Covid-19, Vittoria è intervenuta prontamente a tutela della salute dei propri dipendenti e collaboratori e con misure di sostegno alla rete agenziale e ai clienti. Siamo una comunità e con il nostro continuo impegno puntiamo a renderla sempre più grande, unita e forte.

Cesare Caldarelli
AMMINISTRATORE DELEGATO

Andrea Acutis
PRESIDENTE

NOTA METODOLOGICA

Il presente documento rappresenta la terza 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 2019 (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 re-

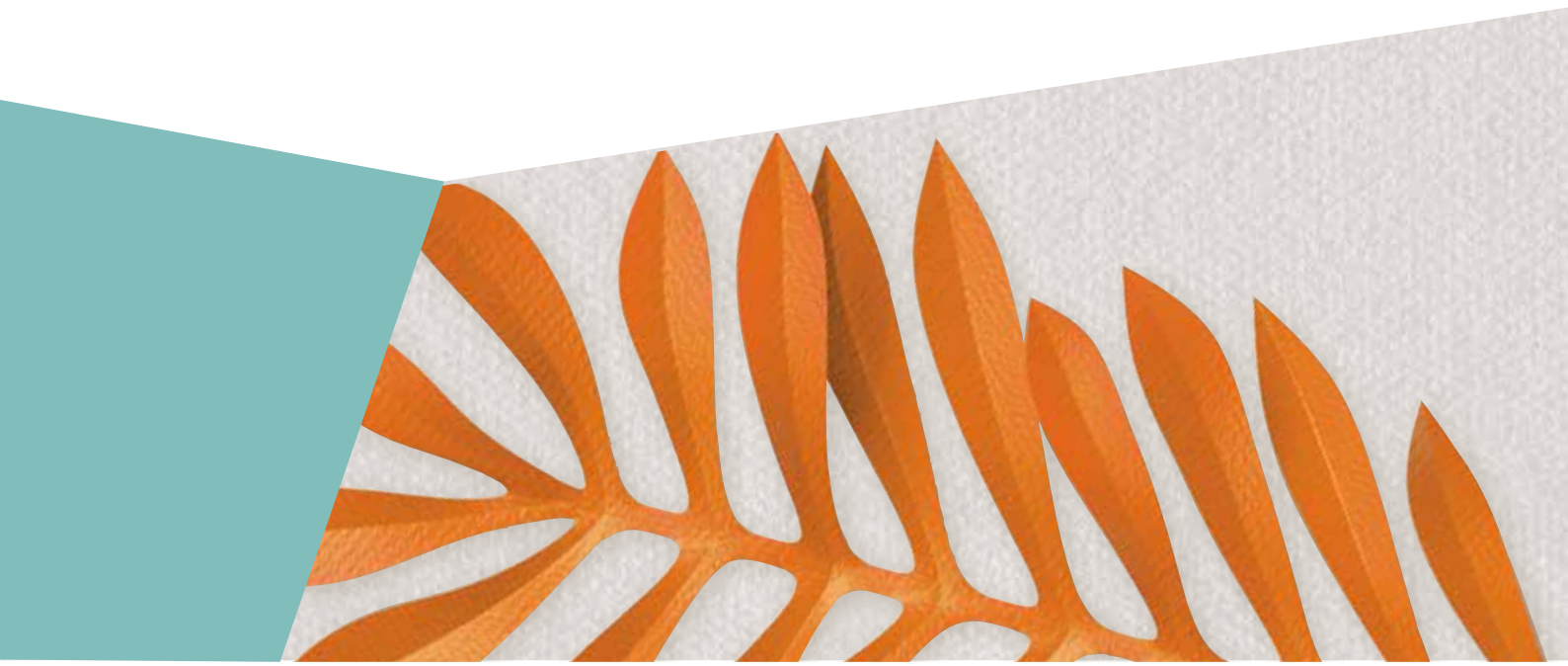
lazione distinta contrassegnata con apposita dicitura al fine di ricondurla alla Dichiarazione Consolidata di Carattere Non Finanziario prevista dalla normativa.

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 2019 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’inter-

no 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 riferimento 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 2019 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 2019. Si segnala che nel corso del 2019 è stata avviata un'importante riorganizzazione del comparto immobiliare anche attraverso una semplificazione dell'assetto societario. Nel mese di aprile 2019 Vittoria Immobiliare ha ceduto a terzi l'80% della propria partecipazione in Gestimmobili, società che nel corso degli anni si è occupata della gestione amministrativa e tecnica del patrimonio immobiliare del Gruppo. Nel mese di novembre 2019 Vittoria Assicurazioni ha ceduto a terzi il 100% della propria partecipazione in Interimmobili, società attiva nel settore dell'intermediazione immobiliare. 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'in-

terno del presente documento.

Al fine di permettere la comparabilità dei dati nel tempo, è stato effettuato il confronto con i dati relativi all'anno 2018 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. Nel corso del 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.

Nel corso del 2019, il Gruppo ha condotto delle attività di ascolto dei propri clienti al fine di identificare esigenze ed aspettative per rispondere in modo ottimale alle loro richieste nello sviluppo di nuovi prodotti e servizi. 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 presente documento è stato approvato dal Consiglio di Amministrazione di Vittoria Assicurazioni S.p.A. il 7 aprile 2020 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 SDG's

Proseguendo il lavoro dei precedenti anni, Vittoria Assicurazioni ha condotto un processo di analisi di materialità al fine di mappare e classificare le tematiche di sostenibilità rilevanti per il Gruppo e per i suoi Stakeholder.

Il processo individua gli aspetti che sono ritenuti materiali, ovvero che riflettono gli impatti significativi per l'organizzazione

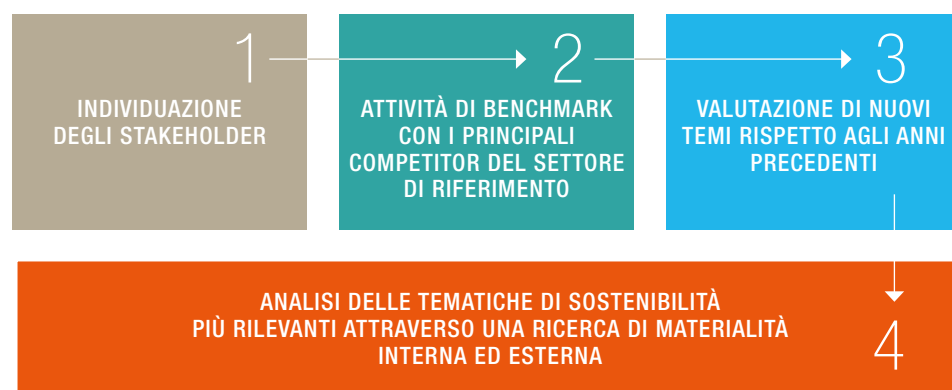
da un punto di vista economico, ambientale e sociale e che influenzano in modo sostanziale le valutazioni e le decisioni degli Stakeholder.

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 reda-

zione del Bilancio di Sostenibilità 2019, i temi ritenuti materiali dal Gruppo e dagli Stakeholder sono stati rappresentati in una matrice di materialità che riflette il trend identificato gli anni precedenti.

Il processo di definizione della matrice di materialità si è articolato in quattro fasi:



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 Probiviri, 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 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

L'attenta analisi dell'universo delle relazioni che intratteniamo

ci ha permesso di mappare gli stakeholder e raggrupparli in categorie secondo il coinvolgimento all'interno dell'organizzazione e del business.

Si è ottenuto così un quadro

chiaro dell'influenza che ciascun portatore di interesse ha sulle nostre attività aziendali e delle sue specifiche esigenze nel relazionarsi con noi.

Responsabili perché al centro di relazioni consapevoli



La matrice di materialità

Le 27 tematiche individuate sono state ordinate in base alla priorità assegnata per determinare la rilevanza per il Gruppo, grazie al coinvolgimento dell'Alta Direzione, e per gli stakeholder, estendendo l'analisi ai dipendenti e ai clienti.

Sono stati somministrati specifici questionari a 445 dipendenti e a circa 410.000 clienti chiedendo di valutare la rilevanza dei temi economici, sociali e ambientali proposti.

L'analisi ha confermato, come gli anni precedenti, l'importanza di 12 temi materiali ritenuti necessari per la comprensione dell'attività d'impresa nell'am-

bito della sostenibilità e strettamente connessi agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) dettati dall'agenda 2030 delle Nazioni Unite.

I risultati consolidati hanno portato allo sviluppo della matrice sottostante condivisa e approvata dal Comitato Strategie:

Matrice di materialità



Il 1° gennaio 2016 è entrata in vigore a livello internazionale l'Agenda globale per lo sviluppo sostenibile ed i relativi Obiettivi di sviluppo sostenibile (SDGs) adottati all'unanimità dagli Stati membri delle Nazioni Unite, che si sono impegnati a raggiungerli entro il 2030. L'Agenda 2030 e

gli SDGs costituiscono il nuovo quadro di riferimento per lo sviluppo sostenibile.

Il nostro Gruppo vuole agire consapevolmente per soddisfare le esigenze del presente senza compromettere in alcun modo la possibilità di soddisfare i bisogni delle generazioni fu-

ture, condividiamo la visione di un settore assicurativo che riconosce la 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

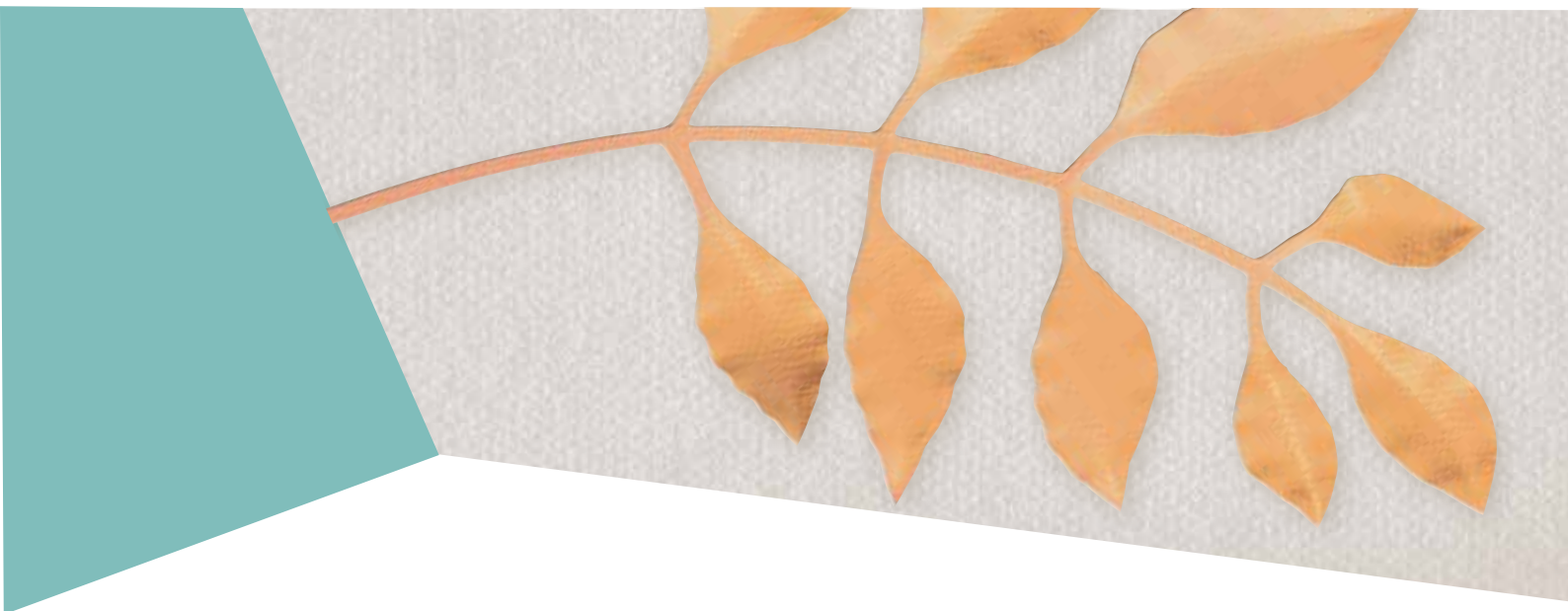
La consapevolezza che molti obiettivi quotidiani hanno una stretta connessione con alcuni Obiettivi di Sviluppo Sostenibi-

le, legame confermato anche dall'analisi di materialità che ha evidenziato la rilevanza di alcune tematiche sia in termini di impatto sulle strategie del Gruppo che sui propri stakeholder, ci ha portato ad individuare 10 Obiettivi che sono perseguiti

attraverso i comportamenti, la volontà e le azioni dal nostro Gruppo.

A testimonianza del nostro contributo nel voler generare impatti positivi a livello globale.

I NOSTRI TEMI MATERIALI	1 SALUTE E BENESSERE	4 QUALITÀ DI VITA	5 UGUAGLIANZA DI GENERE	8 AZIONE PER IL CLIMA	9 INDUSTRIA, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE	10 ENERGIA PULITA E ABBORDABILE	11 CITTÀ E COMUNITÀ SOSTENIBILI	12 CONSUMI RESPONSABILI	13 VITA SOTTERRANEA	14 VITA SOTTERRANEA
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				●			●		●	



IL BENESSERE PER TUTTI E PER TUTTE LE ETÀ

LINEA DI CONDOTTA: La Compagnia promuove azioni di prevenzione di tutti i rischi a tutela del benessere e della salute dei dipendenti; sono attive forme di assistenza sanitaria integrativa e sono disponibili servizi e spazi comuni volti a migliorare l'ambiente di lavoro.

AZIONI: Vittoria è da sempre impegnata a migliorare il benessere dei dipendenti, ad evitare lo stress lavoro-correlato e a garantire la salute e sicurezza nei luoghi di lavoro.



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

LINEA DI CONDOTTA: Vittoria si impegna, al proprio interno, per garantire la tutela e il rispetto dei diritti delle persone in un ambiente di lavoro sicuro e privo di alcun tipo di discriminazione.

AZIONI: in particolare assicura 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.



RAGGIUNGERE L'UGUAGLIANZA DI GENERE

LINEA DI CONDOTTA: Vittoria si impegna, al proprio interno, per garantire la tutela e il rispetto dei diritti delle persone in un ambiente di lavoro sicuro e privo di alcun tipo di discriminazione.

AZIONI: In particolare assicura 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.



GARANTIRE A TUTTI LA DISPONIBILITÀ E LA GESTIONE SOSTENIBILE DELL'ACQUA E DELLE STRUTTURE IGIENICO-SANITARIE

LINEA DI CONDOTTA: Vittoria Assicurazioni, da molti anni attenta alla cura dell'ambiente, ha deciso di promuovere diverse iniziative nella speranza di contribuire a consegnare alle generazioni future un mondo migliore.

AZIONI: sono state installate delle colonnine di acqua microfiltrata (la microfiltrazione è una tecnologia che garantisce la filtrazione dell'acqua attraverso l'utilizzo di appositi dispositivi che la rendono microbiologicamente pura). La Compagnia ha dotato tutti i dipendenti di una borraccia per ridurre al minimo l'acquisto di bottigliette di plastica.



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

LINEA DI CONDOTTA: cresciamo e facciamo crescere: ecco il senso dello sviluppo sostenibile. Vittoria ha dato da sempre un impulso determinante allo sviluppo economico di settore raggiungendo livelli elevati di produttività attraverso l'occupazione stabile di quasi 600 persone.

AZIONI: nel 2019 abbiamo maturato un utile netto di 79,2 milioni di euro e abbiamo distribuito un valore economico pari a 396,4 milioni di euro.



**UN'INFRASTRUTTURA RESILIENTE E RIVOLTA ALL'INNOVAZIONE.
UNA INDUSTRIALIZZAZIONE EQUA, RESPONSABILE E SOSTENIBILE**

LINEA DI CONDOTTA: 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 deciso di creare un Incubatore Insurtech, dedicato alla Open Innovation, per favorire la circolazione di idee e la crescita di nuovi modelli di business.



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

LINEA DI CONDOTTA: salvaguardia e recupero del patrimonio storico, artistico e architettonico e riqualificazione delle aree urbane. Contenimento degli impatti ambientali nella quotidiana attività di business.

AZIONI: la Compagnia ha introdotto una Travel policy in ambito della mobilità casa-lavoro che invita i propri dipendenti ad utilizzare treni e mezzi pubblici, riducendo in tal modo le emissioni climateranti in atmosfera.



GARANTIRE MODELLI SOSTENIBILI DI PRODUZIONE E CONSUMO

LINEA DI CONDOTTA: 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: offriamo alla clientela la migliore Customer experience in ogni momento di contatto.



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

LINEA DI CONDOTTA: poniamo attenzione costante agli impatti ambientali e alla transizione verso una economia a basse emissioni di carbonio e dunque alla lotta ai cambiamenti climatici. Consapevoli che la responsabilità della salvaguardia dell'ambiente spetta a ogni singolo individuo: noi ci facciamo per primi promotori di comportamenti consapevoli.

AZIONI: investimenti in soluzioni tecnologiche all'avanguardia che consentono di ridurre gli impatti negativi sull'ambiente, minori consumi cartacei e una Car Policy aziendale atta a ridurre le emissioni nell'atmosfera eliminando i veicoli diesel dal parco auto aziendale. Inoltre, per contrastare il fenomeno di inquinamento da plastica, considerate le tonnellate di PET che minacciano la salute delle acque degli oceani quanto quella degli animali che vivono in questo biosistema, Vittoria ha consegnato a tutti i dipendenti di sede delle borracce in materiale riciclabile e installato dei distributori di acqua microfiltrata.



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

LINEA DI CONDOTTA: rispetto della legalità e massima trasparenza sono i valori che caratterizzano il lavoro all'interno della società.

AZIONI: Vittoria attua tutte le misure di prevenzione della corruzione e pianifica 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.







UNA STORIA
DI VALORI

LA NOSTRA STORIA

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 "VittoriaAssicurazioni S.p.A."
1936	Cambia denominazione in "La Vittoria. Compagnia di Assicurazioni Generali"
1921	Nasce a Cremona la "Italian Excess Insurance Company"

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 e della donna in quanto membro di una famiglia e partecipa attivo di una comunità interconnessa.

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 nei confronti dei singoli assicurati.

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.

Un caso di danno catastrofale, non più così raro, se si analizzano gli eventi atmosferici estremi a cui ci stiamo ormai

abituando, si verifica quando ormai il danno è avvenuto ed, è proprio l'assicurazione che farà la differenza, per quella famiglia, per quella azienda inserita in una comunità, tra la continuità o il fallimento.

Mission statement

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

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

delle nostre azioni per cui sia possibile 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 sinonimo 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 lavorano con passione, ricercano continuamente l'innovazione e si impegnano, ogni giorno per fare ogni cosa un po' meglio del giorno precedente.

Vision statement

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

Il nostro Codice Etico: ancora più forza ai nostri valori

Nel marzo 2018, il CdA di Vittoria Assicurazioni ha recepito il nuovo Codice Etico: 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.

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.



GLI HIGHLIGHTS DI GRUPPO

389,9 MLN

Valore economico distribuito

2.078.547

Clienti

876,5 MLN

Risarcimenti pagati

471

Agenzie

56,2%

Documenti sottoscritti digitalmente dai Clienti

193,1%

Solvency II ratio

552

Dipendenti

25.548

Risme di carta risparmiate in un anno

10.146

Ore di formazione erogate

LA NOSTRA STRATEGIA

La strategia di Vittoria Assicurazioni è articolata su 4 punti:



La strategia di vittoria si articola su quattro punti:

- ▲ Rafforzamento della reputazione del marchio.
- ▲ Acquisizione di nuove quote

di mercato.

- ▲ Modifica del mix di portafoglio.
- ▲ Fidelizzazione del cliente.

Nel raggiungere questi obiettivi Vittoria può contare su una serie di positivi fattori distintivi, ma deve anche tenere conto di alcune sfide da fronteggiare:

FATTORI DISTINTIVI

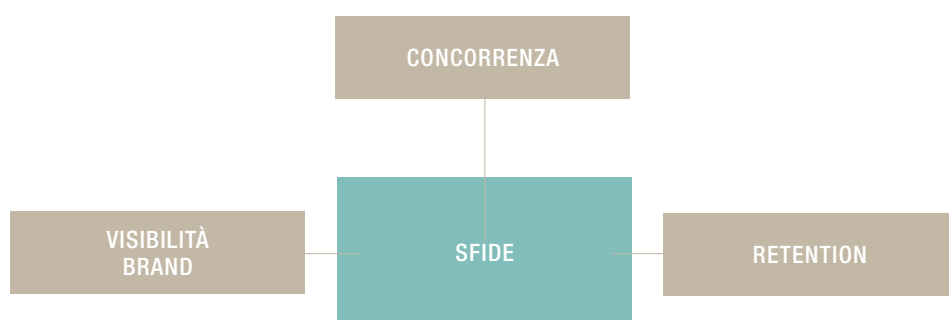


▲ la capacità di innovare i processi di vendita e postvendita, che mette Vittoria in una situazione di vantaggio rispetto ai propri competitor;

▲ le relazioni stabili e durature con i nostri partner, primi tra tutti gli agenti;
▲ la capacità di soddisfare le aspettative dei nostri clienti,

costantemente monitorata attraverso il sistema di rilevazione del Net Promoter Score transazionale introdotto a partire dal mese di luglio di quest'anno.

SFIDE



▲ fronteggiare la concorrenza in un mercato che si sta aprendo oltre che alle banche, ad altri operatori, in particolare provenienti dal mondo dei servizi. Diventa

allora fondamentale saper innovare anche il sistema di offerta, oltre ai processi;

▲ intensificare la frequenza di contatto con i nostri clienti, per agire con tempestività

e fornire la migliore consulenza in fase di acquisto e rinnovo;

▲ agire per una maggiore diffusione e conoscenza del nostro brand.

Rafforzamento della reputazione del marchio

il nome Vittoria gode di una buona reputazione, come testimoniano alcuni indicatori di soddisfazione raccolti attraverso indagini condotte su clienti e agenti, tuttavia è conosciuto

solo dai nostri clienti e dalla nostra rete. Una iniziativa di comunicazione dei valori del marchio consentirebbe di rafforzare la reputazione anche tra i consumatori e gli agenti di altre compagnie.

Nel corso del 2019 è stato compiuto un lavoro di impostazione della strategia di comunicazione di Vittoria per i prossimi anni,

declinato su tutti i principali destinatari: nostri clienti, consumatori, nostri agenti, agenti di altre compagnie, dipendenti, partner strategici e azionisti.

Il posizionamento della compagnia e la strategia di comunicazione sono stati approvati dal Consiglio di Amministrazione di Vittoria.

Acquisizione di nuove quote di mercato

Uno sviluppo sostenibile deve sposare alla crescita dei premi

la crescita del numero di clienti.

Vittoria ha stabilito di continuare a investire su questa linea strategica, abbinando alla azione di reclutamento di nuovi agenti e subagenti da affiancare alla rete

esistente, anche azioni di marketing operativo volte a generare nuovi potenziali acquirenti, e lo sviluppo di altri canali di vendita, come i broker, le banche o altre reti di distribuzione.



Vittoria hub: innovazione di offerta attraverso la Open Innovation

Adottando un modello di Open Innovation Vittoria Assicurazioni vuole accelerare l'innovazione su queste direttrici:

- ▲ introduzione di nuovi metodi e sistemi tecnologici finalizzati all'ampliamento del proprio sistema di offerta
- ▲ studio di nuovi modelli distributivi, promossi dalla tecnologia, che consentano di raggiungere i consumatori attraverso altri canali, (Business to Consumer o Business to Business).

Per questo Vittoria ha creato Vittoria hub, un Incubatore dedicato alla Open Innovation, che favorirà la circolazione di idee e la crescita di nuovi modelli di business.

L'incubatore avrà il compito di attrarre in un unico polo Investitori, Partner tecnologici e Startup innovative che credano nel nuovo concetto di "ecosistema secondo Vittoria" e agirà per accelerare il loro percorso dall'idea alla maturità industriale, all'interno di un unico ambiente dedicato a favorire l'innovazione disruptive (dirompente), grazie a modelli di Open Innovation nel settore assicurativo.

L'innovazione tecnologica applicata al mondo delle assicurazioni prende il nome di Insurtech, ma il termine insurtech definisce

un mondo eccessivamente vasto; Vittoria ha scelto un ambito preciso di innovazione tecnologica, volta a favorire lo sviluppo di ecosistemi.

Vittoria hub inizierà ad operare con le prime "call for innovation" a partire dal primo trimestre del 2020.

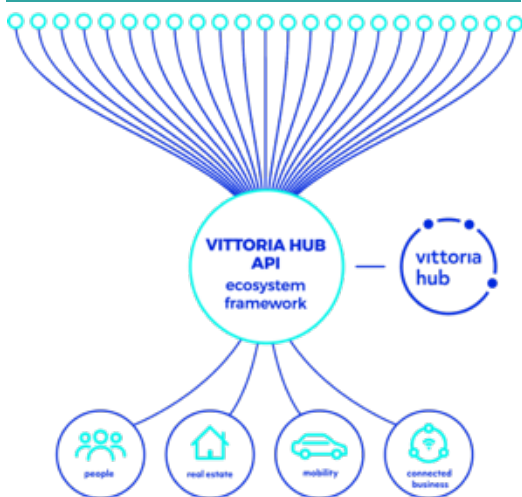
Uno dei punti qualificanti di Vittoria hub sarà la realizzazione di una "API Sandbox" attraverso la quale ogni stakeholder di Vittoria hub (partner, startup e Vittoria stessa), metteranno a fattor comune le loro applicazioni innovative attraverso interfacce API: sarà quindi semplice per una terza parte, sia essa una nuova startup o un nuovo partner commerciale, integrare gli ecosistemi di Vittoria hub nei propri sistemi.

Open Innovation

La Open Innovation è un approccio strategico e culturale in base al quale l'impresa, per creare più valore e competere meglio sul mercato, sceglie di ricorrere non più e non soltanto a idee e risorse interne, ma anche a visioni, soluzioni, strumenti e competenze tecnologiche che arrivano dall'esterno, in particolare da startup, università, istituti di ricerca, fornitori, inventori, programmatori e consulenti.

L'ecosistema secondo Vittoria

Servizi ideati da start-up partner
e Vittoria Assicurazioni



Soluzioni applicative su aree tematiche

Perché vi sia una assicurazione è necessario che vi sia un oggetto, identificato in maniera puntuale, soggetto, con una certa probabilità nota, ad un determinato evento. Tuttavia questi elementi esistono a prescindere da una assicurazione. Tutti i servizi che è possibile erogare al fine di prevedere o prevenire un determinato evento prendono il nome di servizi di prevenzione. Tutti i servizi che vengono erogati nel momento del verificarsi di un evento o immediatamente dopo, prendono il nome di servizi di assistenza. Tutti i servizi erogati dopo un evento, volti a riparare o curare, prendono il nome di servizi di rimedio. Tutti i servizi che vengono erogati per tenere sotto controllo l'ecosistema prendono il nome di servizi di monitoraggio. Per Vittoria Assicurazioni un ecosistema è costituito da un insieme integrato e ben orchestrato di servizi di prevenzione, monitoraggio, assistenza, rimedio e assicurazione. I clienti entrano negli ecosistemi attraverso qualsiasi componente di servizio. I clienti evolvono all'interno dell'ecosistema servizi, senza barriere.

API Sandbox

Un "API sandbox" è un ambiente digitale che un operatore mette a disposizione di altri operatori per simulare le caratteristiche dell'ambiente di produzione e consentire attività di test end-to-end di nuove soluzioni software.



Modifica del mix di portafoglio

I clienti sono un asset della compagnia e delle agenzie: allo scopo di servire meglio i nostri

clienti in portafoglio abbiamo sviluppato, nel pieno rispetto della normativa GDPR, modelli predittivi di potenziale interesse per coperture complementari a quelle già acquistate, cogliendo contemporaneamente l'oppor-

tunità servire meglio il cliente e di bilanciare meglio il mix di portafoglio, alleggerendo la componente Auto a favore della componente Rami Elementari e Vita.

Fidelizzazione del cliente

La fidelizzazione del cliente è un fattore determinante per la sostenibilità economica della compagnia.

Conoscere i motivi di insoddisfazione diventa fondamentale per poter intraprendere azioni correttive, il programma di rilevazione del NPS a valle dei principali touch point sta fornendo le prime evidenze.

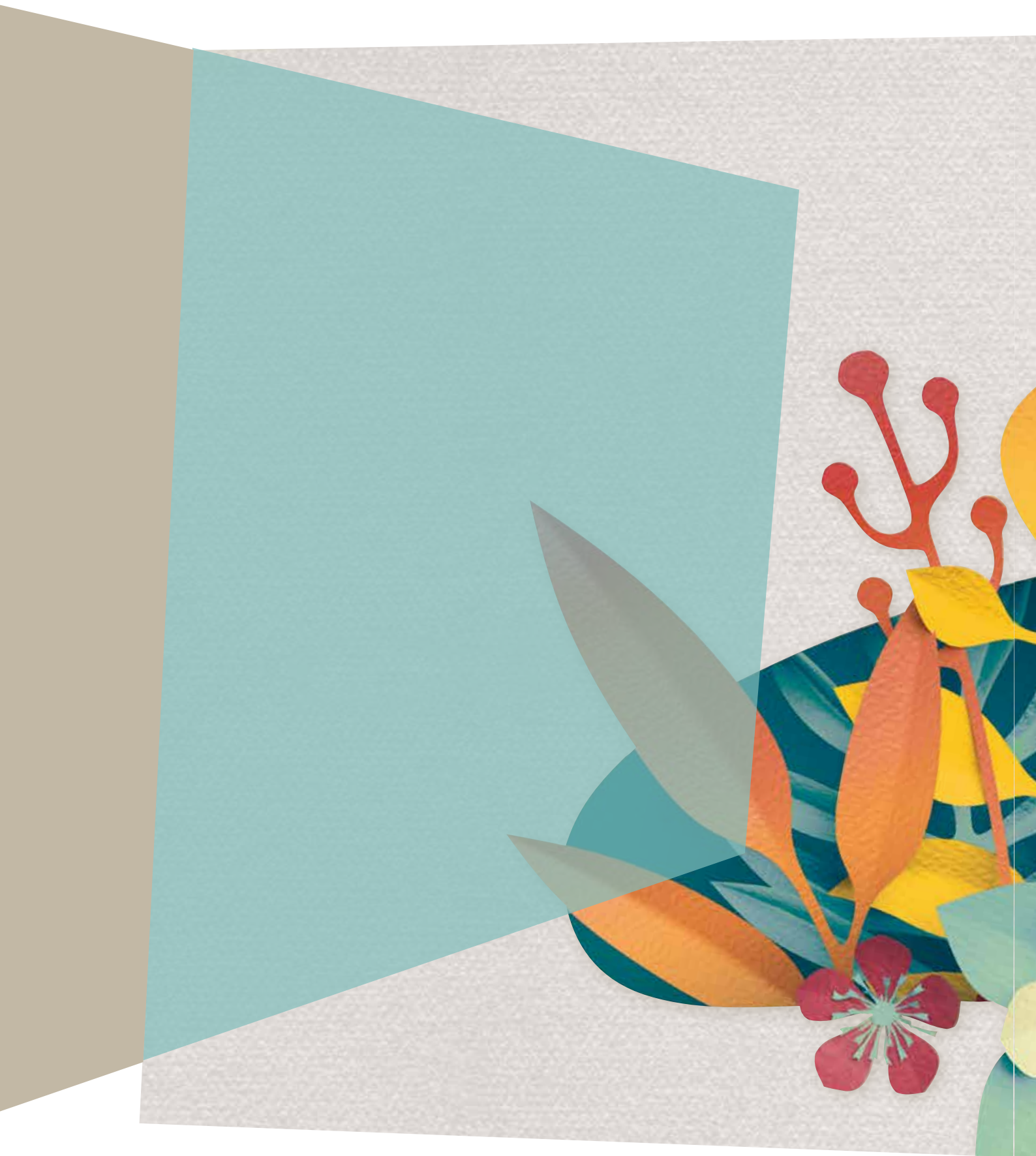
Per incrementare la percentuale di clienti che rinnovano, nel corso del 2019 sono state messe a punto alcune nuove tecniche di analisi predittiva dei comportamenti di fedeltà, che hanno consentito lo svolgersi di campagne di retention.

Viva

È stato completamente rinnovato il programma di fidelizzazione; infatti, nel corso del 2020 partirà il nuovo programma di loyalty Viva, che affiancherà al programma di accumulo punti, un sistema di offerte promozionali fortemente personalizzate in base alle caratteristiche e preferenze espresse dal cliente.

Mediante un differenziato sistema premiante che si fonda sull'anzianità di rapporto con la Compagnia ed al numero di contratti in essere, i clienti iscritti al programma potranno beneficiare di vantaggiose opportunità assicurative, nonché godere di offerte esclusive tra le migliori soluzioni di noti marchi sul mercato.

In linea con l'approccio tecnologico che la Compagnia sta perseguendo, il programma Viva è stato impostato su una strategia omnicanale, che asseconda l'esperienza del cliente attraverso tutti i dispositivi di cui è dotato, prediligendo lo smartphone, come primo elemento di contatto. Ne consegue che l'App MyVittoria diverrà l'elemento chiave, dal quale si snoderà tutta l'esperienza del nuovo programma di fidelizzazione.





DAI PRINCÌPI
AI FATTI:
LA NOSTRA
GOVERNANCE



LA GOVERNANCE RESPONSABILE

Una struttura stabile, garanzia di una gestione trasparente e responsabile

Vittoria Assicurazioni ha adottato un modello tradizionale di governance, che prevede una netta separazione tra l'attività di amministrazione, affidata al Consiglio di Amministrazione, e l'attività di controllo, affidata al Collegio Sindacale, entrambi di nomina assembleare. Il controllo contabile del bilancio civilistico e consolidato di Vittoria Assicurazioni è affidato a una società di revisione esterna, attualmente Deloitte & Touche S.p.A., in carica fino al 2020.

Il Consiglio di Amministrazione è investito dei più ampi e illimitati poteri per la gestione ordinaria e straordinaria della

società; ad esso sono conferite tutte le facoltà necessarie ed opportune per il raggiungimento degli scopi sociali che non siano espressamente riservate all'Assemblea.

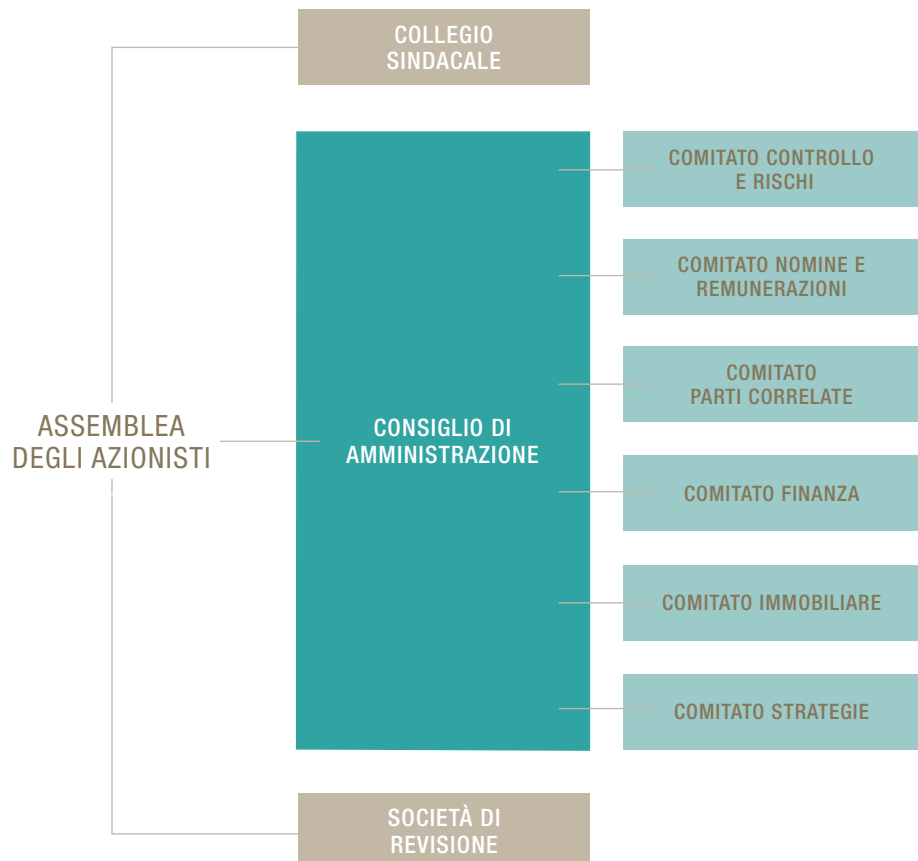
In particolare, il Consiglio di Amministrazione di Vittoria Assicurazioni ha la responsabilità degli indirizzi strategici concernenti le strategie di business della Società e delle società da questa controllate.

Al Consiglio di Vittoria Assicurazioni compete 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.

Alla data del 31 dicembre 2019, il Consiglio è composto da 12 Amministratori, di cui uno esecutivo e 6 indipendenti.

In conformità a quanto stabilito dallo Statuto sociale di Vittoria Assicurazioni, il Consiglio di Amministrazione ha costituito al proprio interno Comitati Consiliari, con funzioni consultive e propositive. Il grafico sottostante ne descrive la composizione.



Nella costituzione dei Comitati, oltre a tenere conto della regolamentazione di settore, è stata considerata l'operatività della Società e del Gruppo. I Comitati, in particolare, supportano l'attività del Consiglio

di Amministrazione, con funzioni consultive e propositive, nella definizione delle linee di indirizzo del sistema di governo societario, nella definizione delle strategie di sviluppo e di investimento e nella supervisione del

sistema di controllo interno.

Ciascun Comitato si riunisce con cadenza regolare ed è dotato di un proprio regolamento. Di seguito, le principali attività.

COMITATO CONTROLLO E RISCHI

In conformità a quanto sancito dalla regolamentazione di settore, la principale funzione del Comitato Controllo e Rischi è quella di supportare, attraverso un'adeguata attività istruttoria, le valutazioni e le decisioni del Consiglio di Amministrazione in merito alla determinazione delle linee di indirizzo e alla verifica dell'adeguatezza del sistema di controllo interno e gestione dei rischi, anche tramite l'esame, in ottica di monitoraggio/verifica, della relativa documentazione.

COMITATO NOME E REMUNERAZIONE

In tema di nomine, il Comitato ha funzioni consultive e istruttorie nel processo di nomina dei Consiglieri e per il conferimento di cariche sociali, per le nomine concernenti il vertice aziendale, nonché nella valutazione dei requisiti di idoneità alle cariche sociali e nel processo di autovalutazione del Consiglio.

Per quanto concerne le remunerazioni, il Comitato ha funzioni consultive e istruttorie per la determinazione dei compensi degli amministratori investiti di particolari cariche, nonché sulle politiche di remunerazione e di fidelizzazione relative al personale rilevante (risk takers).

COMITATO STRATEGIE

Il Comitato Strategie ha il compito di supportare il Consiglio e la Direzione nella definizione degli obiettivi e delle strategie aziendali, individuando l'evoluzione del mercato, nonché le opportunità di sviluppo della Società; il Comitato ha altresì il compito di supportare il Consiglio di Amministrazione sulle tematiche legate alla sostenibilità.

COMITATO FINANZA

Il Comitato Finanza ha il compito di supportare il Consiglio di Amministrazione, mediante attività istruttoria e propositiva, nella definizione delle politiche e delle strategie di investimento, della propensione al rischio e di gestione del capitale, nonché nella definizione delle politiche di investimento e nella supervisione delle stesse.

COMITATO IMMOBILIARE

Il compito del Comitato Immobiliare è quello di supervisionare l'andamento degli investimenti immobiliari del Gruppo, definendo le strategie di sviluppo del comparto, nonché di valutare proposte di investimento immobiliare che vengono sottoposte dai responsabili operativi.

COMITATO PARTI CORRELATE

Il Comitato Parti Correlate esamina preventivamente le operazioni infragruppo poste in essere con soggetti persone fisiche il cui importo sia superiore a 100 mila euro con le società controllanti, nonché quelle operazioni che, in via del tutto eccezionale, non vengono attuate a condizioni di mercato.

Il Comitato esamina altresì preventivamente le operazioni che vengono sottoposte dalle competenti strutture aziendali ed esprime un motivato parere sull'interesse della Compagnia al compimento dell'operazione, nonché sulla convenienza e sulla correttezza sostanziale delle relative condizioni.

COMPOSIZIONE DEL PIÙ ALTO ORGANO DI GOVERNO E DEI SUOI COMITATI

Ai sensi dell'art. 23 dello Statuto Sociale la rappresentanza legale della Società, di fronte ai terzi e in giudizio, spetta al Presidente del Consiglio di Amministrazione, ai Vice Presidenti, agli Amministratori Delegati e ai Direttori Generali.

Il Presidente del Consiglio di Amministrazione ha un ruolo non esecutivo e non svolge alcuna funzione gestionale. La principale funzione del Presidente è quella di disciplinare e coordinare l'attività collegiale dei membri del consiglio, di cui presiede le riunioni.

Il Consiglio di Amministrazione ha conferito all'Amministratore Delegato, Signor Cesare Caldarelli, i più ampi poteri gestionali ed esecutivi, definendo modalità e limiti quantitativi per il loro esercizio.

L'Amministratore Delegato assicura il perseguimento degli obiettivi definiti dal Consiglio di Amministrazione, impartendo le conseguenti direttive di gestione; cura l'esecuzione delle deliberazioni del Consiglio di Amministrazione e la gestione operativa degli affari sociali, avvalendosi dell'Alta Dirigenza della Società; assicura il governo, la supervisione e il coordinamento dell'intera attività delle società del Gruppo.

COMPETENZE ETEROGENEE E DIVERSIFICATE AL FINE DI ASSISURARE UN DIBATTITO EQUILIBRATO

COMPETENZE DELL'ORGANO AMMINISTRATIVO

In accordo con la vigente regolamentazione, il Consiglio di Amministrazione ha approvato una politica per l'identificazione e la valutazione del possesso dei requisiti di idoneità alla carica degli amministratori e delle altre figure chiave della Società, in termini di onorabilità, professionalità e indipendenza.

Obiettivo della suddetta politica è quello di conseguire una composizione del Consiglio di Amministrazione che consenta un'adeguata esecuzione dei compiti conferiti dalla legge e dallo Statuto nel miglior interesse della Società, al fine della creazione di valore per gli azionisti in un orizzonte di medio lungo periodo.

Oltre ad assicurare il rispetto dei requisiti previsti dalla normativa regolamentare, la Politica intende favorire la candidatura e la nomina di individui altamente qualificati, sulla base dei rispettivi talenti, esperienze e competenze, tenendo conto degli obiettivi della Società, nonché dell'evoluzione normativa e di mercato prevista. Il Consiglio di Amministrazione riconosce che l'eterogeneità nella composizione degli organi di amministrazione può favorire un dibattito equilibrato che, a sua volta, può rafforzare il processo decisionale grazie alle differenze di prospettiva dei suoi membri.

La composizione del Consiglio di Amministrazione prevede la compresenza da un lato di soggetti che hanno una conoscenza approfondita della Società, del Gruppo e del contesto in cui essa opera, nonché della tecnica assicurativa e della normativa di settore, dall'altro di soggetti di diversa formazione ed esperienza in altre aree e settori, così da permettere di ottenere il giusto equilibrio nel dibattito, nelle decisioni e nella definizione delle linee strategiche di sviluppo.

Viene altresì assicurato che vi sia un adeguato bilanciamento tra le diverse categorie di amministratori e che gli amministratori non esecutivi rappresentino un'ampia maggioranza rispetto agli esecutivi, come vi sia un adeguato numero di amministratori indipendenti, anche al fine di garantire la formazione dei Comitati consiliari raccomandata dalla regolamentazione di settore.

Sulla base dei suddetti criteri si vuole, pertanto, favorire la diversità di esperienza, conoscenza e competenza senza che possa essere esercitato alcun tipo di discriminazione basato su appartenenza ad un genere, età, razza, religione o qualsiasi altra caratteristica personale che non attenga al ruolo che i candidati sono chiamati a svolgere.

LE PRINCIPALI NOVITÀ IN MATERIA DI GOVERNANCE

Di seguito le principali novità, in materia di governance, intervenute nel corso dell'esercizio 2019.

L'Assemblea, tenutasi in data 30 aprile 2019, ha nominato il nuovo Consiglio di Amministrazione ed il nuovo Collegio Sindacale, che resteranno in carica sino all'Assemblea chiamata ad approvare il bilancio al 31 dicembre 2021. Il Consiglio di Amministrazione, alla data del

31 dicembre 2019, si compone da 12 membri. Il Collegio Sindacale è composto da tre membri effettivi e due supplenti.

In data 28 giugno 2019 si è perfezionata la fusione per incorporazione, (c.d. fusione inversa) della società controllante Vittoria Capital S.p.A. nella società controllata Vittoria Assicurazioni S.p.A. Tale fusione ha comportato l'estinzione della società incorporanda Vittoria Capital S.p.A., nonché l'adozione da

parte della società incorporante – Vittoria Assicurazioni S.p.A. – di un nuovo testo di statuto sociale.

È stato integrato il MOG mediante la previsione del “whistle-blowing” che descrive l'insieme delle attività volte a gestire le segnalazioni di illeciti o di violazioni di norme di legge all'interno dell'azienda, di cui il personale sia venuto a conoscenza per ragioni del suo lavoro.

		Indipendenza		Comitato					
		Esecutivo	Indipendente	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 ANTONARELLI	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	2019		2018	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne
< 30 anni	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
30-50 anni	0,0%	8,3%	0,0%	15,4%
>50 anni	75,0%	16,7%	69,2%	15,4%

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





IL SISTEMA DI CONTROLLO INTERNO E DI GESTIONE DEI RISCHI

Ci assicuriamo che i nostri clienti conoscano e coprano i propri rischi. Ci assicuriamo di gestire consapevolmente e responsabilmente i nostri rischi

Il sistema di governo societario adottato dalla Compagnia garantisce, in coerenza con i requisiti normativi e regolamentari di settore, la sana e prudente gestione coniugando la redditività dell'impresa con una consapevole assunzione dei rischi e con prassi e condotte operative improntate a correttezza e trasparenza. Gli elementi fondanti il sistema di governo societario sono costituiti dal sistema di gestione dei rischi e dal sistema di controllo interno.

Tali sistemi, oggetto di miglioramento continuo, garantiscono il rispetto degli impegni nei confronti degli assicurati e beneficiari, nonché delle controparti, e conseguono la salvaguardia del patrimonio perseguendo gli obiettivi strategici di lungo periodo.

Il sistema di governo societario disciplina il modo in cui la Compagnia è governata e controllata.

Il Consiglio di Amministrazione approva il piano strategico della società, determinando gli obiettivi sulla base del quadro macroeconomico e di mercato.

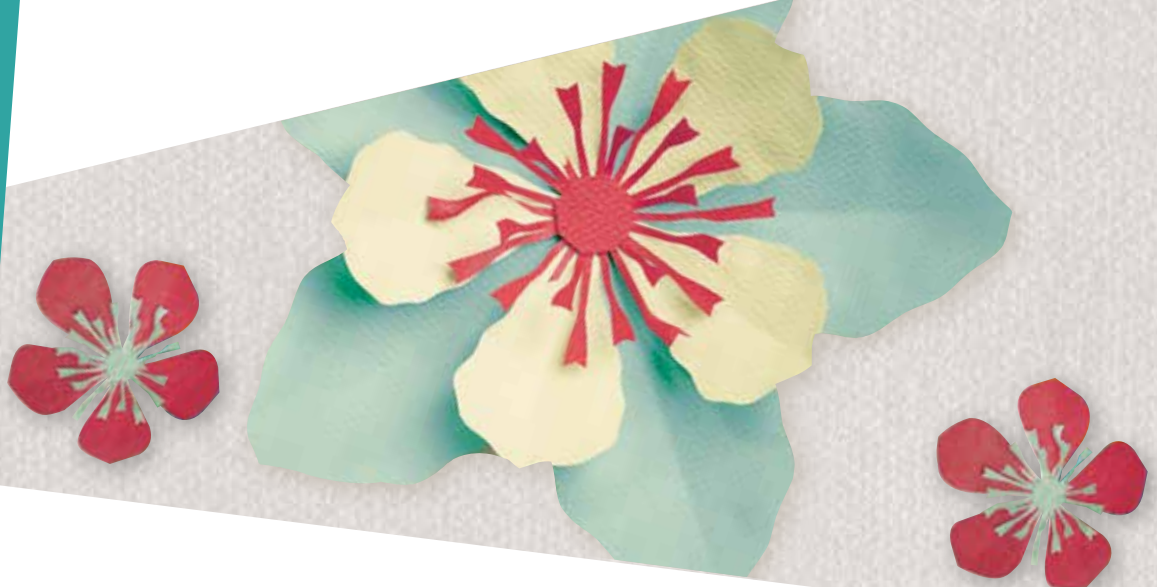
Inoltre, il Consiglio di Amministrazione:

- ▲ approva specifiche politiche di indirizzo al fine di determinare le Linee Guida del complessivo sistema di controllo interno e di gestione dei rischi stabilendo, in particolare, la propensione al rischio della società e i livelli di tolleranza; inoltre, garantisce che tutti i livelli aziendali adottino rigorosamente le direttive assicurando, da un lato, la capillare diffusione delle politiche di indirizzo dallo stesso emanate e, dall'altro, l'implementazione e il mantenimento di un idoneo sistema di disposizioni organizzative e operative.

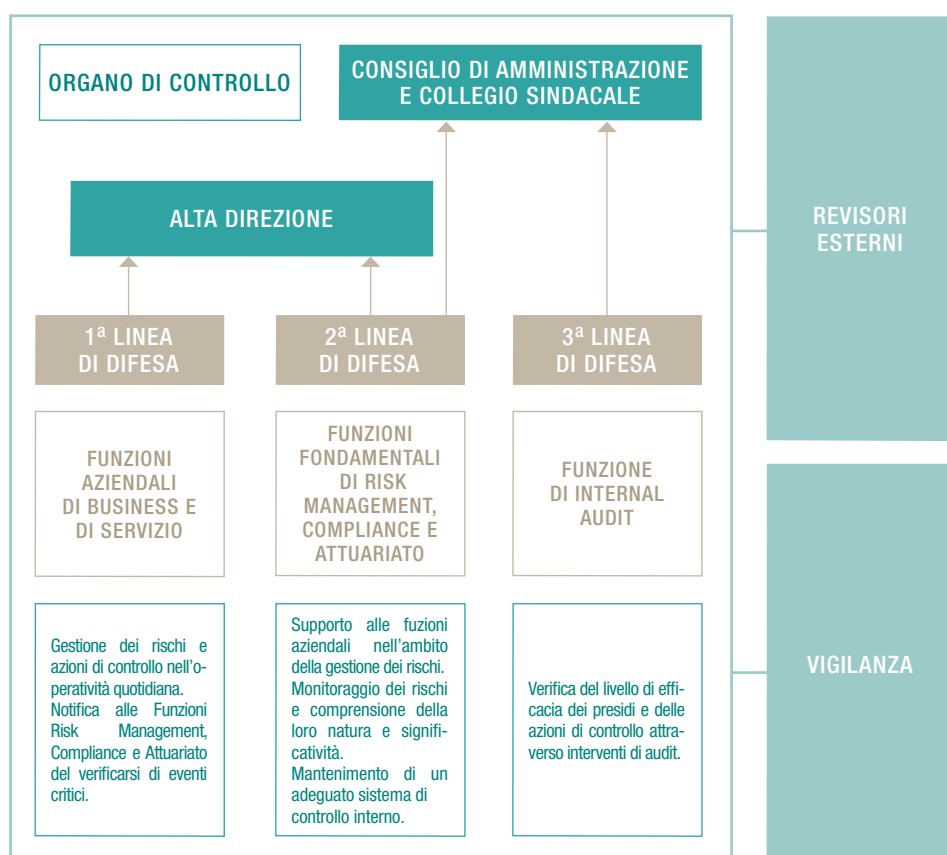
- ▲ emana Linee Guida e disposizioni in materia di governo societario nei confronti delle proprie società controllate;

- ▲ verifica l'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 modello organizzativo sottostante il sistema di gestione dei rischi e il sistema di controllo interno si fonda su tre linee di difesa e sull'attività congiunta di diversi attori.



*Solo così siamo
sicuri di esserci
quando i nostri
Clienti hanno
bisogno di noi*



Il sistema di gestione dei rischi e il sistema di controllo interno 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 sono riconducibili a tre macro-categorie principali:

rischi per la salute, la sicurezza e 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

0 ZERO

Sanzioni per violazioni
del d.lgs.231/2001

Modello di Organizzazione e Gestione D.Lgs 213/2001

Il presidio sulla prevenzione dei reati connessi alla corruzione e al riciclaggio è garantito dal Modello di Organizzazione e Gestione dei rischi (MOG), predisposto ai sensi del D.lgs. 231/2001, analizzando i processi aziendali potenzialmente sensibili ai reati di corruzione e descrivendo le procedure interne predisposte per contrastare e mitigare i rischi di commissione di reati corruttivi. Esso è parte integrante del sistema di governo societario e di gestione dei rischi e, oltre alla prevenzione dei reati sopra citati, pone particolare attenzione ai rischi attinenti alla salute, alla sicurezza e all'ambiente.

L'ultimo aggiornamento del MOG è stato approvato dal

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

Le società intermediarie dei servizi assicurativi adottano il Modello di Organizzazione e Gestione di Vittoria Assicurazioni, mentre le Società Immobiliari controllate hanno un Modello di Organizzazione e Gestione autonomo, che tiene conto delle proprie peculiarità. Ogni società che si è dotata di un MOG ha istituito un apposito Organismo di Vigilanza che ha

Consiglio di Amministrazione di Vittoria Assicurazioni del 13 novembre 2019.

In occasione di questa revisione è stata recepita la normativa introdotta dalla legge 9 gennaio 2019 (cosiddetta Spazzacorrotti) che ha tra l'altro modificato la disciplina della perseguibilità per i reati di corruzione tra privati e istigazione alla corruzione tra privati. È stato inoltre recepito nel MOG il progetto di implementazione della disciplina in materia di Whistleblowing.

Il Modello di Organizzazione e Gestione è strutturato prevedendo:

- ▲ 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, facendo riferimento all'attività svolta dalla società che lo applica, identifica le aree e i processi

il compito di monitorarne l'osservanza, curarne il costante aggiornamento e informare il Consiglio di Amministrazione della società.

Il gruppo Vittoria contrasta da sempre il riciclaggio di denaro e il finanziamento del terrorismo grazie all'istituzione di un'apposita Funzione Antiriciclaggio. Essa assolve gli obblighi 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.

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.

Sebbene nel Gruppo, solo Vittoria Assicurazioni sia soggetta alla disciplina antiriciclaggio, anche tutte le società immobiliari monitorano i rischi antiriciclaggio nell'ambito dei singoli MOG predisposti da ciascuna società.

La formazione in materia di responsabilità amministrativa degli enti, che comprende i reati di corruzione e in generale di prevenzione dei reati previsti dal MOG, nel corso del 2019 non è stata erogata, in attesa di aggiornamento della relativa piattaforma.

RAPPORTI CON LE AUTORITÀ DI VIGILANZA

Confronto continuo e dialogo sono da sempre e continuano ad essere alla base dei nostri rapporti con le Autorità di Vigilanza.

Rispetto delle normative, spirito di collaborazione, oltre che riscontri completi, chiari e tem-

pestivi relativamente a richieste inviate dalla Autorità, hanno portato ad un decremento, rispetto agli anni precedenti, delle sanzioni.

I comportamenti della nostra rete liquidativa orientati alla correttezza e trasparenza, 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.

Sanzioni

	2019	2018
Numero sanzioni IVASS	3	6
Importo sanzioni IVASS (in migliaia di Euro) e numero sanzioni IVASS	4,7	17,6
Numero di azioni legali legate a pratiche anticoncorrenziali e anti-trust	2	0
Sanzioni COVIP, Garante Privacy, AGCM e CONSOB	1	0

La tabella prende in considerazione la data di notifica indipendentemente dall'effettivo momento dell'esborso.

Whistleblowing

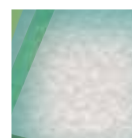
Nel corso degli ultimi anni diverse normative hanno previsto al loro interno l'istituto del Whistleblowing per la tutela degli autori di segnalazioni di reati o irregolarità di cui siano venuti a conoscenza nell'ambito di un rapporto di lavoro. Nel 2018 Vittoria Assicurazioni ha prontamente aggiornato il proprio Modello Organizzativo di Gestione ai sensi del D. Lgs. 231/2001.

Al fine di armonizzare gli impatti derivanti dalle diverse normative nel corso del 2019 Vittoria ha realizzato uno strumento utile a proteggere la Compagnia e i suoi stakeholders da eventuali illeciti o violazioni e ha predisposto le seguenti attività:

- ▲ una procedura organizzativa ad hoc per le segnalazioni;
- ▲ almeno due canali di segnalazione, di cui uno informatico, che garantiscano la riservatezza dell'identità del segnalante e del segnalato e che consentano ai soggetti in posizione apicale e a quelli a loro subordinati di presentare segnalazioni circostanziate di condotte illecite rilevanti;
- ▲ sessioni formative a tutti i livelli adeguate a garantire la migliore conoscenza del Whistleblowing.

A presidio delle presenti implementazioni, è stata redatta una policy aziendale all'interno della quale sono state racchiuse tutte le attività sul Whistleblowing richieste dalle varie normative.





SOLIDI, STABILI E
RESPONSABILI





SOLIDITÀ ECONOMICA E STABILITÀ FINANZIARIA

79,2 MLN

Utile netto

89,7%

Combined Ratio Conservato

1.450,2 MLN

Raccolta assicurativa

482,2 MLN

Valore economico generato

Andamento del Gruppo Vittoria

L'esercizio 2019 si chiude con utile netto di Gruppo pari a 79,2 milioni di euro, in riduzione del 21,1% rispetto al risultato dell'esercizio 2018 (100.433 migliaia di euro), che includeva proventi straordinari per 44.757 migliaia di euro (al lordo dell'effetto fiscale) derivanti dalla vendita della partecipazione in Camfin S.p.A. (già Nuove Partecipazioni S.p.A.).

Escludendo tali proventi pa-

trimoniali straordinari, l'utile di Gruppo è in aumento del 40,9% rispetto all'esercizio precedente, con una variazione positiva pari a euro 23.005.

Grazie alle continue azioni volte al consolidamento e allo sviluppo del portafoglio esistente, la raccolta premi registra un incremento complessivo del 3,6%.

I premi complessivi contabilizzati al 31 dicembre 2019 ammontano a 1.450,2 milioni di euro (1.399,7 milioni di euro al 31 dicembre 2018) con un incremento nei Rami Danni

del 2,1 % e un incremento nei Rami Vita del 12,5 %.

Il settore immobiliare, sebbene ancora in negativo, presenta un miglioramento rispetto all'esercizio precedente, con un risultato netto negativo di 3.361 migliaia di euro (risultato netto negativo di 6.089 migliaia di euro al 31 dicembre 2018).

Il risultato del settore servizi, evidenzia una perdita, al lordo delle imposte e delle interessenze di terzi, pari a 104 migliaia di euro, contro un utile di 189 migliaia di euro al 31 dicembre 2018.

Importi in milioni di Euro

Principali indicatori economici e patrimoniali

	2019	2018
Raccolta Assicurativa Diretta Danni	1.220,9	1.195,8
Raccolta Assicurativa Diretta Vita	229,3	203,9
Raccolta Assicurativa diretta	1.450,2	1.399,7
Oneri relativi ai Sinistri Danni lavoro Diretto	814,9	805,0
Oneri relativi ai Sinistri Vita lavoro Diretto	247,0	214,5
Oneri relativi ai Sinistri lavoro diretto	1.061,9	1.019,5
Risultato derivante da strumenti finanziari e investimenti immobiliari	44,6	92,0
Spese di gestione	302,3	299,6
Risultato Consolidato	79,2	100,4
Investimenti e disponibilità	4.143,3	4.073,9
Riserve Tecniche	3.160,0	2.911,8
Patrimonio netto di pertinenza del Gruppo	659,6	850,5

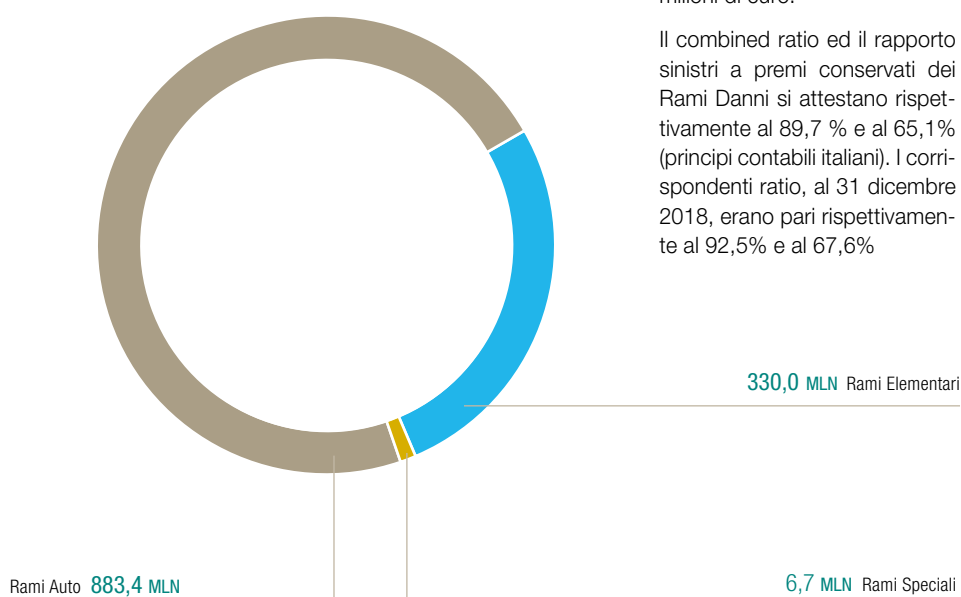
Fonte: Bilancio Consolidato Gruppo Vittoria

**Utile netto
di 79,2
milioni di Euro**

Premi Danni

premi Danni al 31 dicembre 2019 ammontano a 1.220,9 milioni di euro.

Il combined ratio ed il rapporto sinistri a premi conservati dei Rami Danni si attestano rispettivamente al 89,7 % e al 65,1% (principi contabili italiani). I corrispondenti ratio, al 31 dicembre 2018, erano pari rispettivamente al 92,5% e al 67,6%



€ 0,20

Proposta di dividendo

13,9%

ROE

659,6 MLN

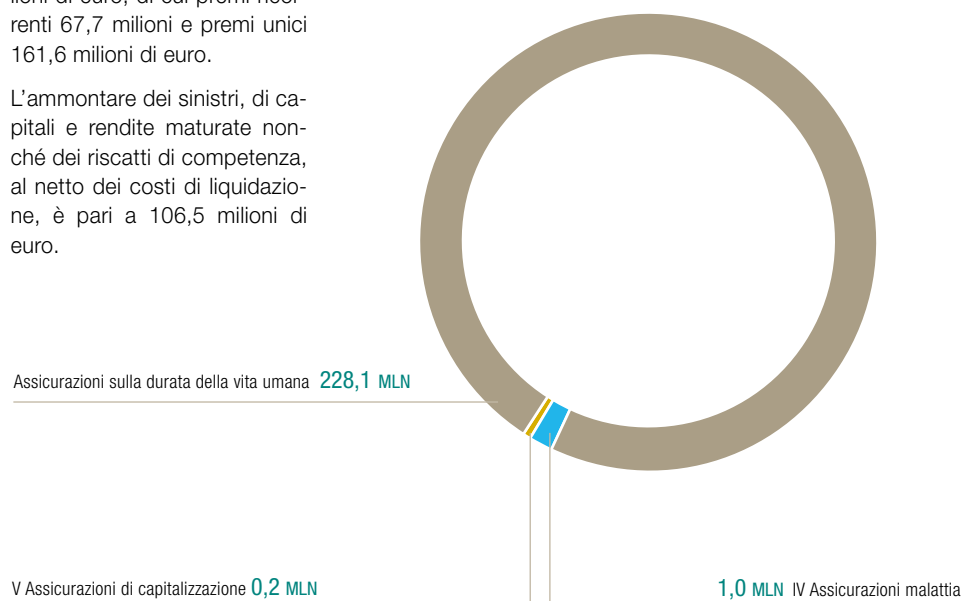
Patrimonio netto di Gruppo

Fonte: Bilancio Consolidato 2019

I premi vita al 31 dicembre 2019 ammontano a 229,3 milioni di euro, di cui premi ricorrenti 67,7 milioni e premi unici 161,6 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 106,5 milioni di euro.

Premi Vita



*Cresciamo
e facciamo
crescere:
il segreto
dello sviluppo
sostenibile*

Il valore economico diretto generato e distribuito

La ricchezza prodotta dal nostro Gruppo contribuisce alla crescita economica del contesto sociale: una equa distribuzione del Valore Generato nei confronti dei nostri stakeholder,

che direttamente o indirettamente hanno partecipato alla creazione di valore, costituisce uno dei fondamenti della sostenibilità nel tempo della performance economica.

Importi in milioni di Euro

Prospetto del valore aggiunto		
	2019	2018
VOCI DI BILANCIO		
Premi netti	1.381,4	1.346,3
Prestazioni assicurative di competenza	-985,1	-979,9
Proventi e Oneri derivanti da strumenti finanziari e investimenti immobiliari	57,8	94,0
Altri ricavi e oneri	28,1	25,1
VALORE ECONOMICO GENERATO	482,2	485,5
VALORE DISTRIBUITO	389,9	375,3
VALORE TRATTENUTO DALL'AZIENDA	92,3	110,1

Fonte: Bilancio Consolidato 2019

Il valore economico generato dal Gruppo Vittoria è pari a 482,2 milioni di euro esprime il valore della ricchezza prodotta nell'esercizio 2019.

I ricavi di vendita sono stati identificati con i premi netti, che ammontano a 1.381,4 milioni di euro. Dopo aver coperto i costi legati al business, principalmente identificati nei costi

legati al pagamento di sinistri pari a 985,1 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, accantona-

menti, ammortamenti di beni materiali e immateriali.

Grazie ai nostri risultati abbiamo versato all'erario negli ultimi due anni più di circa 51 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.

**Nel 2019
abbiamo
distribuito
389,9 milioni
di euro**

Importi in milioni di Euro

Valore Distribuito				
	2019	%	2018	%
Remunerazione del personale	52,0	13,4	56,2	15,0%
Agenti e Altri intermediari	215,0	55,1	208,2	55,5%
Fornitori	60,5	15,5	56,9	15,2 %
Remunerazione del capitale di credito	15,6	4,0	7,3	1,9%
Remunerazione del capitale di rischio	12,9*	3,3	19,4**	5,2 %
Remunerazione della pubblica amministrazione	33,7	8,6	27,1	7,2 %
Liberalità esterne	0,2	0,1	0,2	0,1 %
TOTALE	389,9	100%	375,3	100%

Fonte: Bilancio Consolidato 2019

*La quota attribuita agli azionisti corrisponde alla destinazione a dividendo dell'utile netto dell'esercizio 2019 che il Consiglio di Amministrazione della Capogruppo proporrà all'Assemblea degli Azionisti.

**La quota attribuita agli azionisti corrisponde alla destinazione a dividendo dell'utile netto dell'esercizio 2018 deliberata dall'Assemblea degli Azionisti.

*Nel 2019
siamo stati
vicini ai nostri
assicurati
erogando
risarcimenti
per 876,5
milioni di euro*



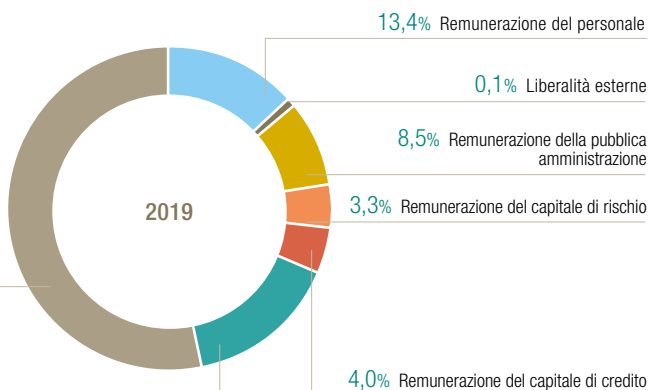
Valore Distribuito esternamente al Gruppo Vittoria nel 2019 è pari a 389,9 milioni di euro così suddiviso:

Valore Distribuito

Valore distribuito **389,9 MLN**

Agenti e Altri intermediari **55,1%**

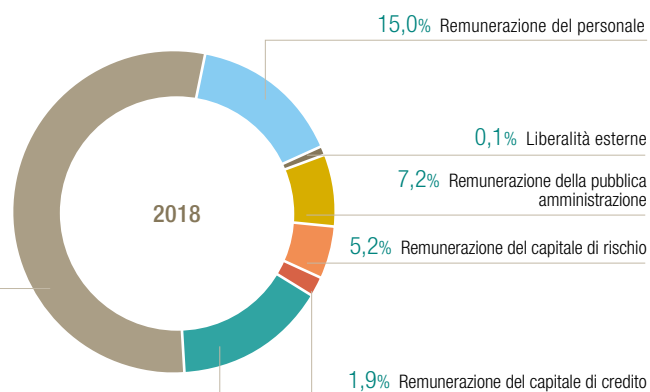
Fornitori **15,5%**



Valore distribuito **375,3 MLN**

Agenti e Altri intermediari **55,5%**

Fornitori **15,2%**



LE POLITICHE DI INVESTIMENTO

Il principale obiettivo della nostra strategia di gestione degli investimenti è di conseguire obiettivi di rendimento adeguati in funzione dei parametri di rischio di ogni singolo portafoglio, al fine di far fronte agli impegni contrattuali con gli assicurati. A tal scopo la gestione degli attivi mira innanzitutto a garantire, oltre ad un adeguato margine di utile, la solidità patrimoniale della Compagnia mediante una politica di contenimento del rischio di liquidità e dei rischi di mercato. In particolare, la solidità patrimoniale viene perseguita attraverso:

▲ il contenimento del rischio di

perdita potenziale a seguito di una variazione avversa della curva dei tassi di interesse, degli spread creditizi, dei corsi azionari e del mercato immobiliare;

▲ l'ottimizzazione del rendimento finanziario nel rispetto dei limiti di rischio adottati, privilegiando la stabilità dei rendimenti nel tempo rispetto ad elevati rendimenti in periodi circoscritti

Rientriamo nella tipologia di investitori di medio/lungo periodo e tale orizzonte temporale viene tenuto in considerazione per la determinazione dell'allocazione

strategica degli attivi.

Abbiamo già intrapreso un'attività di mappatura degli investimenti, con l'obiettivo di individuare i rischi di sostenibilità ad essi collegati, da integrare successivamente nei processi decisionali relativi agli investimenti della Compagnia. In tal modo saremo pronti a recepire anche le disposizioni del Regolamento 2019/2088 adottato dal Parlamento Europeo e del Consiglio dell'Unione Europea del 27 novembre 2019, in merito all'informativa sulla sostenibilità nel settore dei servizi finanziari.

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 diffondere e condividere i propri valori con tutto il personale dipendente.



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. <i>Antoine De Saint-Exupery</i>
PROFESSIONALITÀ	La professionalità sta nel sapere come farlo, quando farlo, e nel farlo! <i>Frank Tyger</i>
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. <i>Peter Ustinov</i>

Nell'ottica di dare sempre maggiore importanza alla comunicazione chiara e trasparente rivolta ai propri dipendenti e nell'ottica della massima condivisione, il Gruppo, nel corso del 2019, ha lanciato il nuovo por-

tale di comunicazione interna Vittoria People. Il progetto nasce dalla volontà di coinvolgere tutto il personale in tutte le fasi dell'Employee Journey.

La nuova piattaforma permette

infatti di avere visibilità di tutte le iniziative, eventi e comunicazioni aziendali, oltre a consentire l'accesso a tutti i contenuti di interesse per il dipendente nel corso della propria vita professionale.

Le nostre persone

Le persone continuano a rappresentare un punto centrale per il successo del nostro Gruppo.

Investire sulla crescita e sullo sviluppo professionale di ciascuno è stato e continua ad essere un obiettivo strategico attraverso il quale tendiamo ad ottenere i migliori risultati.

La nostra organizzazione è ba-

sata su una cultura del lavoro che si concretizza attraverso la correttezza, la professionalità e il merito. I nostri dipendenti sono 552, il 99,7% dei quali è assunto con contratto a tempo indeterminato.

Si precisa che:

Nel Nord: vengono ricomprese: Liguria, Val D'Aosta, Piemonte,

Lombardia, Friuli Venezia Giulia, Trentino Alto Adige, Veneto, Emilia Romagna;

Nel Centro: vengono ricomprese: Toscana, Marche, Umbria, Lazio;

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

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

Anno	2019			2018		
	Indeterminato	Determinato	TOTALE	Indeterminato	Determinato	TOTALE
Uomini	400	1	401	426	1	427
Donne	149	2	151	169	1	170
TOTALE DIPENDENTI	549	3	552	592	2	597

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

Anno	2019			2018		
	Indeterminato	Determinato	TOTALE	Indeterminato	Determinato	TOTALE
Nord	476	2	478	511	2	513
Centro	50	1	51	62	0	62
Sud	23	0	23	22	0	22
TOTALE DIPENDENTI	549	3	552	595	2	597

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

Anno	2019			2018		
	Orario full-time	Orario part-time	TOTALE	Indeterminato	Determinato	TOTALE
Uomini	401	0	401	427	0	427
Donne	126	25	151	147	23	170
TOTALE DIPENDENTI	527	25	552	574	23	597



Vittoria People

Con Vittoria People la Compagnia ha voluto dare forma a un sistema di comunicazione interna attraverso la creazione di un piano editoriale che valorizzi i contenuti, le azioni, le iniziative esistenti e crei interazione fra le persone.

Il tutto in una modalità semplice, efficace, integrata con i sistemi attuali e valorizzando quello che era già presente in Azienda.

Sono state tenute in considerazione le esigenze emerse dalle persone coinvolte in diversi focus group:

- ▲ rendere le informazioni semplici e facilmente fruibili;
- ▲ ricevere messaggi chiari;
- ▲ definire le "regole di ingaggio";
- ▲ organizzare e razionalizzare le comunicazioni, i contenuti e gli strumenti disponibili;
- ▲ diffondere cultura all'interno dell'azienda; Vittoria People:
- ▲ un punto di incontro dove sentirsi valorizzati come persone.

552

Dipendenti del Gruppo Vittoria

99,5%

Dipendenti del Gruppo Vittoria con contratto a tempo indeterminato

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

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%		

ANNO 2018

Fascia di età	<30 anni		30-50 anni		>50 anni		Totale dipendenti	Turnover entranti
	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne		
Genere							Totale	Totale
Nord	4	4	9	0	2	0	19	3,7%
Centro	0	0	1	1	0	0	2	3,2%
Sud Italia e Isole	1	0	0	0	0	0	1	4,5%
TOTALE DIPENDENTI	5	4	10	1	2	0	22	3,7%
TASSO	38%	57%	4%	1%	1%	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 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%		

ANNO 2018

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	1	10	3	5	2	23	4,5%
Centro	0	0	1	1	0	0	1	1,6%
Sud Italia e Isole	1	0	0	0	0	0	0	0,0%
TOTALE DIPENDENTI	2	1	11	3	5	2	24	4,0%
TASSO	15%	14%	5%	3%	3%	5%		

Tuteliamo, attraverso relazioni sindacali collaborative e costruttive, l'interesse dei Lavoratori e del Gruppo

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.

In data 29 maggio 2019, a solo pochi mesi dalla scadenza del precedente Contratto Integrativo Aziendale, è stato siglato il nuovo Contratto Integrativo Aziendale (CIA) con le rappresentanze sindacali aziendali.

Con questo accordo la Compagnia ha dimostrato il costante e significativo impegno per il miglioramento del benessere professionale e personale dei propri dipendenti.

Elemento chiave del nuovo CIA è stato senza dubbio l'incremento del contributo al Fondo Pensione Dipendenti. L'investimento di Vittoria Assicurazioni si colloca infatti tra i più alti del comparto assicurativo, un ottimo risultato che testimonia la volontà della Compagnia di garantire un futuro stabile e solido alle proprie risorse.

L'accordo ha inoltre privilegiato le aree di maggior interesse per

i dipendenti: l'assistenza sanitaria, con un aumento dei massimali relativi alle spese odontoiatriche e mediche, e il welfare.

In particolare, è stata introdotta per la prima volta in Azienda, per tutti i dipendenti, la possibilità di convertire il Premio Aziendale di Produttività Variabile in Welfare Aziendale.

Per dare maggiore stabilità e sicurezza ai propri dipendenti inoltre, il CIA è stato stipulato per una durata contrattuale pari a quattro anni.





La formazione del personale

All'interno di un mercato sempre più caratterizzato dal progresso tecnologico e dall'innovazione, risulta fondamentale rimanere sempre aggiornati e al passo con i tempi: questo è possibile tramite una formazione continua, efficace e mirata. L'obiettivo principale, sul quale abbiamo ideato il piano formativo 2019, è stato quello di consentire ad ogni dipendente di lavorare in modo sempre più agile ed efficiente e, di conseguenza, di imparare nuove tecniche e nuovi strumenti che gli permettano di sviluppare al meglio le proprie competenze.

Sono stati erogati corsi in materia normativa, tecnica, informatica, linguistica e corsi relativi alle competenze trasversali. Il punto cardine del nostro piano annuale, inoltre, è stato la promozione della cultura dell'Agile Project Management attraverso attività di formazione, finalizzate a creare un coinvolgimento

e a diffondere conoscenze tra le risorse, per accompagnare efficacemente le risorse in direzione di un cambiamento organizzativo e di conseguenza culturale.

Il piano di formazione è stato predisposto per tutti i dipendenti del Gruppo Vittoria e, nello specifico, ha previsto:

- ▲ Percorsi formativi rivolti a specifici "target di popolazione" e legati ai bisogni del cliente interno, che permettono di offrire un servizio su misura;
- ▲ Interventi mirati per responsabili e collaboratori, per accelerare l'acquisizione di competenze;
- ▲ Formazione tradizionale affiancata da nuove modalità formative, come elearning, webinar, workshop, gamification e team building;
- ▲ La possibilità per tutti i di-

pendenti di iscriversi in autonomia ai corsi di formazione proposti dall'azienda o di richiedere corsi non presenti nel nostro piano, attraverso il sistema gestionale #InVittoria, fornendo quindi alle risorse la possibilità di gestire proattivamente la propria formazione.

Abbiamo progettato ed erogato occasioni di incontro tra i dipendenti di Vittoria e la rete agenziale attraverso attività formative innovative di "gamification" progettate appositamente per allenare lo spirito di squadra dei partecipanti.

Anche nel 2019, ponendoci in continuità con l'ottica di diffusione e gestione dell'innovazione digitale che ha caratterizzato gli anni precedenti, abbiamo preso parte all'iniziativa "Osservatori Digital Innovation", in collaborazione con la School of Management del Politecnico di Milano.

La formazione continua, una scelta strategica per crescere TUTTI INSIEME

10.146

Ore di formazione dipendenti

18

Ore medie di formazione per dipendente

32

Corsi esterni offerti

88

Corsi interni offerti

70%

385 dipendenti su 552 hanno ricevuto formazione

Ore medie di formazione per inquadramento e genere

Anno	2019			2018		
	Uomini	Donne	Media totale	Uomini	Donne	Media totale
Impiegati	17	20	18	15	15	15
Funzionari-quadri	14	31	17	23	33	25
Dirigenti	23	43	26	20	36	22
MEDIA ORE FORMAZIONE	16	23	18	18	19	18

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



Diamo valore alle persone puntando sulla loro professionalità

I percorsi di sviluppo professionale

La crescita professionale è riconosciuta come una delle nostre maggiori priorità: per questo motivo offriamo ai nostri dipendenti percorsi di sviluppo finalizzati a costruire e potenziare un team di specialisti e manager. Questo ci ha permesso di favorire la crescita interna del nostro organico e la messa in campo di competenze tecniche, favorendo al tempo stesso

benessere organizzativo e sviluppo professionale che permettano di valorizzare le nostre persone.

Nel 2019 sono stati coinvolti nei percorsi di sviluppo professionale anche i dipendenti delle altre società del gruppo Vittoria e, nello specifico, sono stati progettati ed erogati i seguenti percorsi:

- ▲ Percorsi di sviluppo dedicati a specifiche “popolazioni”;
- ▲ Percorsi Area Counseling;
- ▲ Percorso Project Management;
- ▲ Percorsi Area tecnica;
- ▲ Percorso Cyber Security;
- ▲ Percorsi Benessere;
- ▲ Percorso di Comunicazione.

Percorsi di Sviluppo dedicati a specifiche “popolazioni”

<p>OBIETTIVO</p> <p>Promuovere lo sviluppo professionale delle risorse junior presenti in Compagnia</p> <p>Rafforzare l'identità aziendale tra i dipendenti e favorire lo scambio di know how tra persone</p> <p>Lavorare su progetti aziendali concreti</p>	<p>CAMPUS VITTORIA Percorso biennale di sviluppo professionale per le risorse junior</p>	<p>23 Partecipanti alla seconda edizione 2016-2018</p> <p>22 Risorse senior-sponsor e tutor</p> <p>38 Docenti interni</p> <p>11 Progetti aziendali</p> <p>334 Ore di formazione in aula a persona</p> <p>10 Docenti esterni</p> <p>4 Tutor-ex partecipanti della prima edizione del Campus Vittoria</p>
<p>OBIETTIVO</p> <p>L'introduzione di nuovi applicativi e l'evoluzione di quelli in uso rendono necessari degli interventi ad hoc progettati con le migliori società in campo di formazione informatica.</p>	<p>CORSI IT Sviluppare le competenze specialistiche utili per la funzione</p>	<p>23 Partecipanti alla seconda edizione 2016-2018</p> <p>22 Risorse senior-sponsor e tutor</p> <p>38 Docenti interni</p>

Percorsi Area Counseling

<p>OBIETTIVO</p> <p>Acquisire competenze organizzative</p> <p>Divulgare strumenti e metodi di lavoro innovativi</p> <p>Guidare un gruppo di lavoro nella gestione di progetti</p>	<p>PERCORSO TUTORING</p> <p>Fare esperienze di carattere manageriale</p>	<p>7 Risorse</p> <p>1 Formatore esterno</p> <p>24 Ore di formazione in aula a persona</p>
<p>OBIETTIVO</p> <p>Accrescere le competenze manageriali</p> <p>Attivare azioni efficaci per lo sviluppo delle capacità e attitudini di ognuno</p> <p>Spronare il singolo a voler migliorare la propria performance</p>	<p>PERCORSO COACHING</p> <p>Sviluppo delle competenze manageriali</p>	<p>1 Coach esterno</p> <p>13 Coachee</p> <p>7,5 Ore di formazione in aula a persona</p>

Percorsi di Project Management

<p>OBIETTIVO</p> <p>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 negoziazione</p> <p>Creare relazioni produttive tra le persone coinvolte</p>	<p>PERCORSO DI PROJECT MANAGEMENT</p> <p>Fornire strumenti tecnici per la gestione progettuale attraverso ciò che viene definito "Project Management"</p>	<p>17 Agile persone coinvolte nel 2019</p> <p>3 Tutor</p> <p>40 Ore di formazione in aula a persona</p> <p>1 Docenti esterni</p>
--	--	--



Percorsi Area Tecnica

<p>OBIETTIVO</p> <p>Fornire una panoramica completa sui rischi e sui sinistri legati al Ramo Trasporti dal punto di vista assicurativo</p>	<p>CORSO TRASPORTI</p> <p>Che si tratti di persone o cose, tutto ciò che viaggia deve essere trasportato con massima cura e attenzione. Il nostro obiettivo è quello di proteggere ogni giorno chiunque guidi un veicolo commerciale, non solo tutelando la sua sicurezza ma anche quella di ciò che trasporta</p>	<p>44 Responsabili</p> <hr/> <p>24 Ore di formazione a persona</p> <hr/> <p>2 Docenti esterni</p> <hr/> <p>4 Ore di team coaching</p>
<p>OBIETTIVO</p> <p>Acquisire le competenze necessarie per riuscire a fornire una migliore consulenza all'azienda</p> <p>Soddisfare al meglio le esigenze assicurative dei nostri clienti e potenziali clienti</p>	<p>CORSO CAUZIONI</p> <p>fornire soluzioni formative sempre nuove su come meglio affrontare i problemi connessi alla costante evoluzione del settore</p>	<p>44 Responsabili</p> <hr/> <p>24 Ore di formazione a persona</p> <hr/> <p>2 Docenti esterni</p> <hr/> <p>4 Ore di team coaching</p>
<p>OBIETTIVO</p> <p>Fornire gli strumenti per scegliere il livello di protezione più adeguato alle specifiche esigenze personali</p> <p>Ampliare le conoscenze relative al ramo infortuni e le diverse applicazioni nel settore</p>	<p>CORSO INFORTUNI E MALATTIA</p> <p>Aumentare la consapevolezza dei rischi sul luogo di lavoro</p>	<p>8 Partecipanti</p> <hr/> <p>28 Ore di formazione a persona</p>

Percorsi Cyber Security

<p>OBIETTIVO</p> <p>Sensibilizzare la popolazione aziendale ad una maggiore attenzione all'utilizzo dei dati personali</p> <p>Aumentare la consapevolezza che la perdita o la fuoriuscita di dati è uno dei rischi maggiori per le aziende</p>	<p>GDPR</p> <p>Aggiornare e sensibilizzare le risorse sul tema della sicurezza dei dati.</p>	<p>44 Responsabili</p> <p>24 Ore di formazione a persona</p> <p>2 Docenti esterni</p> <p>4 Ore di team coaching</p>
<p>OBIETTIVO</p> <p>Fornire gli strumenti necessari al fine di poter acquisire maggior consapevolezza di ciò che si nasconde dietro lo schermo di un pc</p> <p>Sensibilizzare all'utilizzo degli strumenti informatici e ai rischi connessi</p>	<p>CYBER SECURITY</p> <p>L'attenzione alla protezione dei dati personali è diventata molto alta negli ultimi anni ed è in continua evoluzione, così come la nostra attenzione alla formazione</p>	<p>44 Responsabili</p> <p>24 Ore di formazione a persona</p> <p>2 Docenti esterni</p> <p>4 Ore di team coaching</p>

Percorso Benessere

<p>OBIETTIVO</p> <p>Concentrare le energie sulla realizzazione dei propri obiettivi personali e professionali</p> <p>Favorire un miglior bilanciamento della propria vita professionale e personale.</p>	<p>MINDFULNESS</p> <p>Mindfulness significa consapevolezza, questa pratica si pone l'obiettivo di portare la mente al "qui ed ora" e di vivere con pienezza di sensazioni il momento presente, mettendo da parte le preoccupazioni per il passato ed il futuro.</p>	<p>106 Liquidatori</p> <p>2 Test</p> <p>1,5 Ore di formazione a persona (modalità web training, newspaper, telegiornali)</p>
---	--	--

DICONO DI NOI: "Il corso mindfulness è stato inaspettato e al momento dell'invito sono stata molto scettica sull'utilità del corso all'interno della mia attività lavorativa. Durante il corso, invece, mi sono ricreduta ed è stato un momento di riflessione sul valore della qualità della mia vita. Se si sta bene con se stessi, questo benessere viene trasmesso in ogni azione che fai."

"Il corso di Mindfulness è stata sicuramente un'esperienza positiva. Aver partecipato, mi ha aiutata a portare nella vita di tutti i giorni, la filosofia Mindfulness. Mindfulness ti insegna a vivere "il momento" in tutte le sue sfaccettature, aiutandoti a tenere a bada lo stress ed affrontarlo in modo meno "pesante" traendo beneficio dai momenti di attesa o di irrequisitezza. Mi ha insegnato ad apprezzare di più quello che mi circonda e non dare tutto per scontato".

*Sempre in
contatto con
giovani e
studenti:
costruiamo
opportunità*

Employer branding

Vittoria Assicurazioni ritiene cruciale presentarsi al mercato del lavoro trasmettendo i valori che contraddistinguono l'Azienda: professionalità, innovazione, qualità del servizio, la tensione delle persone verso i risultati e la meritocrazia che da sempre fa sì che le risorse migliori crescano.

Con l'obiettivo di porsi come anello di congiunzione tra la formazione universitaria e la realtà aziendale ha confermato la partnership con alcune Università italiane (Università Cattolica di Milano, Università Bicocca di Milano ed Università degli Studi di Torino) e rinnovato l'adesione al Comitato Università Mondo

del Lavoro dell'Università Cattolica di Milano.

Tali collaborazioni hanno come finalità quella di promuovere iniziative di informazione, orientamento e supporto a favore di studenti e laureati e offrire ai giovani l'opportunità di acquisire gli strumenti di primo contatto con il mercato del lavoro per la ricerca di un'occupazione che risponda alle attitudini e alle aspettative personali.

Inoltre nell'ambito delle lezioni universitarie Vittoria Assicurazioni ha portato il proprio contributo a sostegno delle tematiche trattate dai docenti, condividendo casi concreti e/o argomenti relativi alle professionalità esistenti all'interno dei diversi settori della vita aziendale, offrendo allo studente la possibilità di integrare le nozioni teoriche con l'esperienza.

Infine, con la collaborazione della Facoltà di Psicologia dell'Università degli Studi di Milano - Bicocca e di Torino è stato realizzato un intervento finalizzato a illustrare agli studenti i contenuti e le modalità di lavoro di una Direzione del Personale ed è stata offerta a due tesisti la possibilità di sviluppare la propria tesi in azienda.

Nell'ottica di aumentare la visibilità di Vittoria Assicurazioni nell'ambito della gestione di cultura, competenze, processi organizzativi e nuove esigenze proprie di un mondo del lavoro digitalizzato sono state avviate due partnership con AIDP e HRC Community. Questa spinta verso il networking potrà favorire il confronto e la condivisione di soluzioni innovative e efficaci relative alla trasformazione del ruolo HR grazie al patrimonio di conoscenze aziendali.

Vittoria League:
7 risorse
2 tutor
1 docente esterno
1 coach esterno
6 sessioni di aula
2 sessioni di coaching
1 project work

Vittoria League

Per Vittoria Assicurazioni è fondamentale attrarre giovani neo laureati e laureati, che desiderano sviluppare i propri talenti e le proprie competenze in un'azienda complessa e sfidante.

Con questo obiettivo ha sviluppato un Talent Program rivolto alla Generazione Z: i primi veri nativi digitali che si accingono ad entrare nel mondo del lavoro e che costituiranno la Vittoria del futuro.

Vittoria League è il progetto nato per integrare queste risorse in azienda e favorire il mix generazionale: un percorso di inserimento professionale, attraverso un programma di training on the job per valorizzarne al meglio le loro attitudini e favorirne la crescita.

A giugno 2019 è stato avviato un piano di selezione on line, pubblicizzandolo su siti specifici e social media, per entrare

in contatto con giovani ultra connessi e ipertecnologici che sono stati scelti attraverso strumenti innovativi come skill game, app e business game.

Il 29 ottobre sono stati inseriti in azienda i primi 7 partecipanti. Il progetto continuerà anche nel 2020, ad aprile infatti saranno inserite ulteriori risorse.

Programmi di performance management

L'importanza che l'azienda pone nei confronti della valorizzazione del suo personale si concretizza anche nel processo di Valutazione delle Prestazioni, in cui le nostre risorse vengono

coinvolte annualmente.

Le prestazioni dei dipendenti sono valutate sulla base di:

▲ Obiettivi assegnati l'anno precedente;

▲ Attività di competenza;

▲ Conoscenze correlate al ruolo ricoperto dalla risorsa;

▲ Capacità.

La tabella che segue rappresenta la percentuale di dipendenti che ha ricevuto una valutazione regolare dello sviluppo della carriera e delle prestazioni, la quale contribuisce anche alla gestione delle competenze e allo sviluppo del capitale umano all'interno della nostra organizzazione.

% dipendenti valutati regolarmente per inquadramento e genere

Anno	2019		2018	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne
Impiegati	79%	65%	90%	83%
Funzionari-quadri	74%	65%	91%	94%
Dirigenti	100%	100%	100%	100%
TOTALE	73%	64%	85%	85%

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



La diversità e le pari opportunità

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 sono fondati sul rispetto dei principi di non discriminazione e sulle pari op-

portunità.

Riguardo all'assunzione di personale appartenente alle categorie protette, il Gruppo Vittoria ha ottemperato agli obblighi normativi vigenti.

Con lo scopo di promuovere strumenti utili alla conciliazione vita lavorativa-vita privata e of-

frirne un momento di riflessione sulla diversità, alcuni dipendenti sono stati coinvolti in un'attività di formazione volta a valorizzare le diverse competenze della popolazione senior, unitamente alle specifiche competenze della popolazione più giovane.

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 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%

ANNO 2018

Fascia di età	<30 anni		30-50 anni		>50 anni		Totale dipendenti	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne
Impiegati	2,2%	1,2%	29,6%	15,9%	10,7%	5,0%	42,5%	22,1%
Quadri-funzionari	0,0%	0,0%	10,2%	3,9%	14,7%	2,0%	25,0%	5,9%
Dirigenti	0,0%	0,0%	0,7%	0,2%	3,4%	0,3%	4,0%	0,5%
TOTALE							71,5%	28,5%

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	2019		2018	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne
Impiegati	2,7%	2,4%	2,7%	2,2%
Funzionari-quadri	0,7%	0,2%	0,3%	0,2%
Dirigenti	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
TOTALE	3,4%	2,5%	3,0%	2,4%

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	2019		2018	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne
Impiegati	42.610	36.454	41.560	36.089
Funzionari-quadri	68.375	66.937	68.733	67.812
Dirigenti	201.836	134.286	183.596	135.715

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

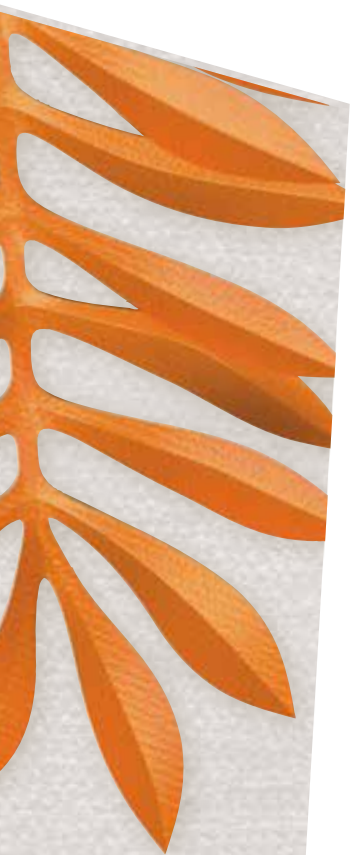
La tabella indica la remunerazione medio per genere all'interno di ciascuna categoria di inquadramento del personale dipendente. Per remunerazione si intende la somma di:

- 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	2019		2018	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne
Impiegati	48.115	40.307	46.161	39.335
Funzionari-quadri	75.996	73.689	76.050	74.249
Dirigenti	249.113	151.674	226.894	150.677





Rapporto salario medio donna rispetto uomo

Anno	2019	2018
Impiegati	85,6%	86,8%
Funzionari-quadri	97,9%	98,7%
Dirigenti	66,5%	73,9%

Rapporto retribuzione media donna rispetto uomo

Anno	2019	2018
Impiegati	83,8%	85,2%
Funzionari-quadri	97,0%	97,6%
Dirigenti	60,9%	66,4%



Welfare ed equilibrio vita-lavoro: il rinnovo del Contratto Integrativo Aziendale (CIA)

Il Gruppo da sempre promuove e favorisce politiche di conciliazione della vita lavorativa con quella personale: il rinnovo del Contratto Integrativo Aziendale ha rappresentato la concreta realizzazione di questi principi nell'anno 2019.

Grazie all'efficace collaborazione tra rappresentanti aziendali e sindacali, e utilizzando una survey che ha coinvolto la quasi totalità dei dipendenti, il Gruppo ha fortemente investito per l'ulteriore miglioramento dell'equilibrio vita personale/vita lavorativa.

Il CIA sottoscritto quest'anno ha:

- ▲ rafforzato in maniera significativa la previdenza integrativa: è stato ulteriormente incrementato il contributo

Aziendale, che ormai si posiziona ai massimi livelli di settore per garantire la qualità della vita anche nel periodo del pensionamento;

- ▲ aumentato le prestazioni e i massimali legati all'assistenza sanitaria;
- ▲ inserito la possibilità di convertire parzialmente o totalmente il PAPV in 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.

Inoltre, sono state previste maggiori agevolazioni legate a mutui e prestiti aziendali e sono stati previsti aumenti relativi ai

buoni pasto.

In generale, il Gruppo ha da sempre riconosciuto 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.

Inoltre, 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.

Nel corso del 2019 è stato inaugurato un innovativo servizio di ristorazione basato su cibi freschi e salutari che ha

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

riscosso forte gradimento da parte di tutti i dipendenti.

Sono previsti infine permessi retribuiti per la nascita dei figli e borse di studio per i figli di dipendenti.

Annualmente, per i dipendenti

della Compagnia è previsto un premio di produttività variabile, il cui importo può essere destinato, a scelta del dipendente, totalmente o parzialmente, alla

previdenza complementare. Sono inoltre previsti prestiti agevolati per l'acquisto della prima casa e dell'auto.

Testo Unico CIA

In data 27 novembre 2019, la Commissione "Testo Unico", formata da rappresentanti Aziendali e da rappresentanti Sindacali, ha terminato i propri lavori, dopo un'attività di 6 mesi, producendo un nuovo testo Unico del Contratto Integrativo Aziendale (CIA) a disposizione di tutti i dipendenti di Vittoria Assicurazioni e di Yafa.

Il Testo Unico, oltre a razionalizzare, semplificare e chiarire i contenuti presenti nell'accordo firmato il 29 maggio 2019, ha assorbito nel corpo del contratto integrativo diversi allegati presenti nell'ultimo testo approvato in data 22 marzo 2010, ormai parte integrante delle norme che regolano i rapporti tra azienda e collaboratori.

In particolare, l'attività di revisione ha comportato:

- ▲ l'estensione del Contratto Integrativo Aziendale a tutti i dipendenti della capogruppo Yafa S.p.A.;
- ▲ la verifica e l'aggiornamento dei riferimenti alla contrattazione di primo livello e alla legislazione statutale in vigore;
- ▲ la migrazione all'interno del CIA dei contenuti normativi di numerosi accordi siglati tra il 1983 e il 2010;
- ▲ l'inserimento nel CIA dei contenuti normativi dei verbali di accordo 17 novembre 2011 e 15 giugno 2016 relativi al Fondo Pensione Dipendenti;
- ▲ l'aggiornamento delle nomenclature dei grandi interventi e degli interventi eccezionali;
- ▲ l'inserimento delle nuove condizioni e tariffe delle polizze vita riservate ai dipendenti.

Numero dipendenti che hanno usufruito del congedo parentale

Anno	2019	2018
Uomini	15	8
Donne	28	16
TOTALE DIPENDENTI	43	24

Numero dipendenti tornati dal congedo parentale

Anno	2019		2018	
Uomini	15	100%	8	100%
Donne	28	100%	12	75%
TOTALE DIPENDENTI	43	100%	20	83%

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

Attività del Circolo Vittoria Club '99

Il Circolo Vittoria Club '99 è 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 di tipo culturale, sportive e ludico-ricreative.

Nel 2019 il Circolo Vittoria Club '99 annovera 292 soci, tra cui 255 dipendenti in attività e 37 soci esterni tra agenti, personale di agenzie, soci esterni e dipendenti in quiescenza. Nel 2018 erano 320 soci complessivi.

Nel 2019 per promuovere i valori sportivi e lo spirito di aggregazione sono state organizzate le seguenti manifestazioni sportive:

- ▲ 3° edizione della Vittoria Run, gara podistica il cui ricavato è stato interamente devoluto in beneficenza alla Fondazione Theodora Onlus- Insieme per il sorriso dei bambini in ospedale;
- ▲ 51° Trofeo Assicuratori di sci, gara sciistica per i dipendenti e gli agenti;
- ▲ Torneo di ping pong;
- ▲ Torneo di calcio balilla;
- ▲ Torneo di tennis.

Inoltre, sono stati organizzati corsi per il benessere e la salute dei propri soci, come Yoga, Pilates, Gag, Autodifesa, Ginnastica Posturale presso i locali della palestra aziendale.

Molte sono state anche le visite guidate organizzate presso i principali musei milanesi.

Per supportare i propri soci con figli in età scolare, il Cral di Vittoria ha organizzato presso i locali di LG, il progetto "Campus for Kids" per far fronte alle giornate di chiusura scolastica e per le vacanze estive.

Nel corso del 2019 il Circolo Vittoria Club '99 sostenuto associazioni onlus che operano nel campo della ricerca scientifica, quali:

- ▲ Associazione Italiana per la Ricerca sul Cancro (AIRC)
- ▲ Associazione Italiana Bambini in Ospedale (ABIO)
- ▲ Associazione Italiana per la Lotta al Neuroblastoma
- ▲ Associazione CasAmica Onlus
- ▲ Associazione Bianca Garavaglia Onlus
- ▲ Fondazione Theodora Onlus - Insieme per il sorriso dei bambini in ospedale.



Salute e sicurezza sul posto di 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 (attività d'ufficio mediante l'utilizzo del vdt).

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 servizi 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 delle 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

Curiamo i dettagli per garantire i più elevati livelli di sicurezza ai nostri dipendenti



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 vdt - Aggiornamento quinquennale
Formazione Specifica - Formazione Preposti - Aggiornamento quinquennale
Formazione Preposti - Formazione Dirigenti - Aggiornamento quinquennale
Formazione Dirigenti - Addestramento Antincendio - Addestramento Primo Soccorso - Addestramento utilizzo DAE.

Le azioni che abbiamo intrapreso per offrire condizioni la-

vorative migliori hanno portato una riduzione sulla tariffa dei premi INAIL, a riconoscimento della serie di interventi migliorativi delle condizioni di sicurezza e di igiene nei luoghi di lavoro previsti dalla normativa in materia.

I principali interventi sono:

- ▲ utilizzo di mouse, tastiere e postazioni ergonomiche;
- ▲ impianti di illuminazione e climatizzazione automatizzati in modo da garantire un ambiente di lavoro confortevole;
- ▲ tecniche di sanificazione degli impianti di climatizzazione con periodicità di controllo annuale, al fine di prevenire la formazione di batteri negli impianti;

▲ installazione di due defibrillatori automatici nella sede di Vittoria Assicurazioni;

▲ sensibilizzazione dei dipendenti ad una cultura di benessere mettendo a disposizione una palestra aperta a tutti i lavoratori;

▲ particolare attenzione alla formazione di tutti i lavoratori, in particolare al corretto utilizzo di strumenti aziendali, alle procedure di emergenza e alla gestione dello stress in ambito lavorativo.

Mediante attente politiche di gestione del personale e dell'organizzazione del lavoro si ottengono degli impatti positivi sul benessere psicologico e motivazionale dei lavoratori.

Periodicamente, vengono effet-

tuate 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 ma-

nutenzione presso le sedi.

La nostra Policy Viaggi incentiva l'utilizzo di treni e aerei anziché l'uso dell'auto per una maggiore sicurezza dei propri dipendenti. Inoltre, la compagnia stipula convenzioni con centri medici tenendo conto oltre che dell'efficienza anche della logistica in modo da promuovere l'uso di mezzi pubblici di trasporto per recarsi ad effettuare le visite mediche, valutando anche la possibilità di effettuare le stesse presso la sede.

Per quanto riguarda il tema Salute e Sicurezza nei piccoli cantieri allestiti per manutenzioni straordinarie, Vittoria Assicu-

razioni, 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.

0

Il tasso di malattia professionale (ODR) è pari a zero.

0

Il numero di decessi correlati al lavoro sono pari a zero.



Per il 2019 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. A fini comparativi, i dati relativi al 2018 sono stati quindi riesposti rispetto a quelli pubblicati nella precedente DNF, escludendo degli infortuni verificatisi nel tragitto casa-lavoro non organizzati dal Gruppo, come previsto dal nuovo Standard 403. Per i dati precedentemente pubblicati, si rimanda alla DNF 2018.

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

Nel 2018 si sono verificati due infortuni sul lavoro, la cui causa è conducibile ad inciampo fortuito.

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

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

Dipendenti - infortuni sul lavoro 2018

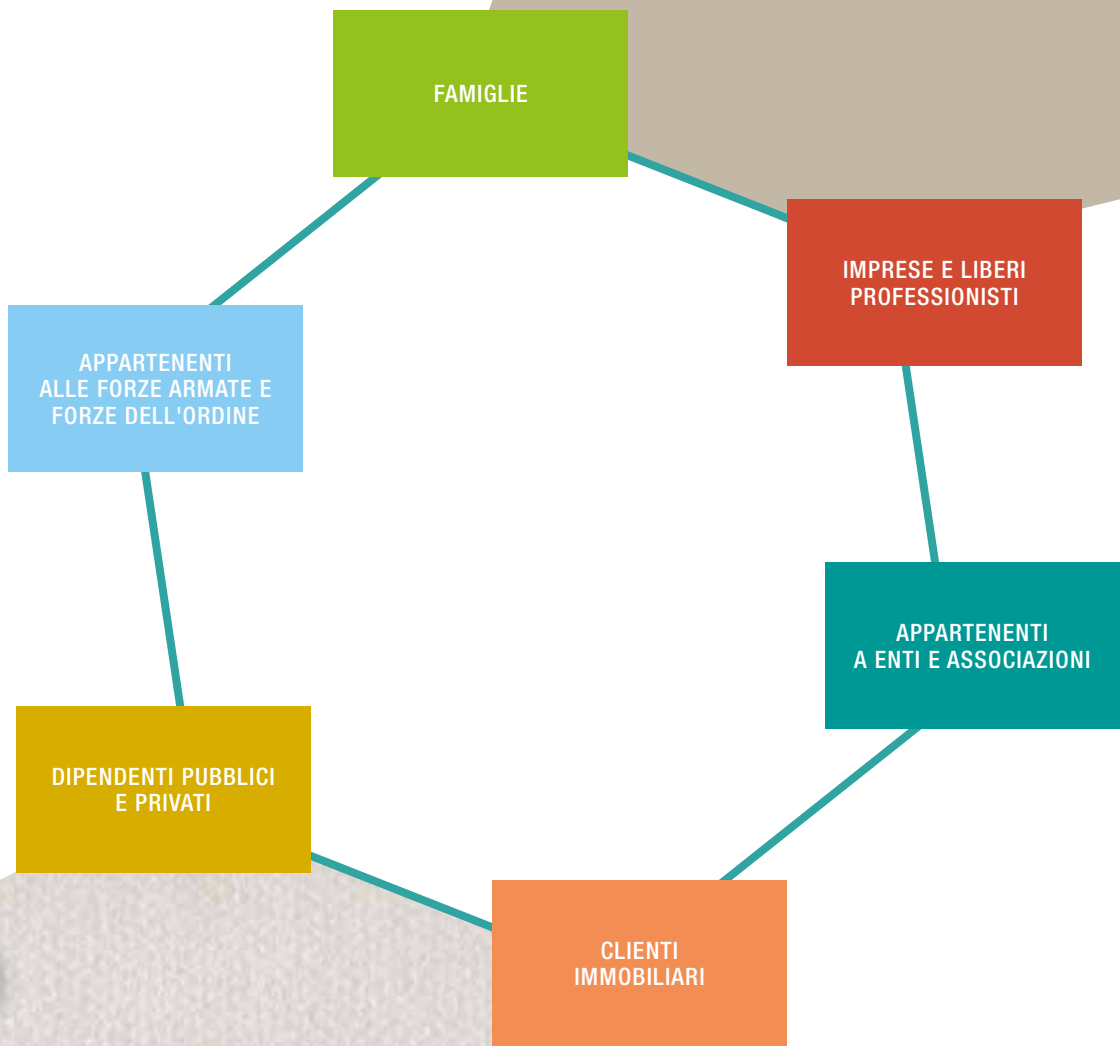
Ore lavorate	888.905,21
Numero di decessi da infortuni sul lavoro	0
Tasso di decessi da infortuni sul lavoro	0
Numero di infortuni sul lavoro con gravi	0
Tasso di infortuni sul lavoro con gravi	0
Numeri di infortuni sul lavoro	2
Tasso di infortuni sul lavoro registrabili	2,25

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 2019 segnalazioni di infortuni.

CLIENTI

Tipologia Clientela





La vicinanza ai Clienti Vittoria

Garantire ai Clienti un servizio di qualità è prendersi cura di loro, ascoltare le loro esigenze

Attribuiamo grande importanza alla pratica dell'ascolto, volto a esplorare e 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 a un partner specializzato, nella costruzione di una piattaforma personalizzata di Assistenza Clienti telefonica, che ci consente di fornire risposte chiare e tempestive da un lato, e analizzare le richieste al fine di migliorare i livelli di servizio, dall'altro. Il servizio è completamente gratuito per i Clienti ed è garantito da tre nu-

meri verdi specializzati a seconda della tipologia degli stessi.

Nel 2019 la Compagnia si è impegnata nel rendere il servizio di Assistenza Clienti telefonico ancora più performante attraverso lo snellimento del processo di gestione delle chiamate in entrata con l'obiettivo di migliorare il grado di soddisfazione del Cliente fornendo risposte il più possibile immediate (primo livello).

Nel corso dell'anno sono state gestite 71.489 chiamate di cui il 98,24% risolte in primo livello registrando un significativo miglioramento rispetto lo scorso anno (+ 1,9%).

Nel 2019 inoltre si sono accentrati in un'unica funzione i servizi di assistenza telefonica e di richieste di informazioni scritte provenienti dal form sul sito istituzionale, favorendo una gestione più fluida ed omogenea delle risposte al cliente.

I Clienti possono raggiungerci e chiederci informazioni anche attraverso i canali digitali della Compagnia come il sito web o MyVittoria, l'applicazione per smartphone e tablet: sul sito è possibile fare delle richieste aperte o guidate, oppure esprimere semplicemente delle considerazioni, mentre su MyVittoria è possibile rilasciare dei feedback che vengono tempe-

642.141

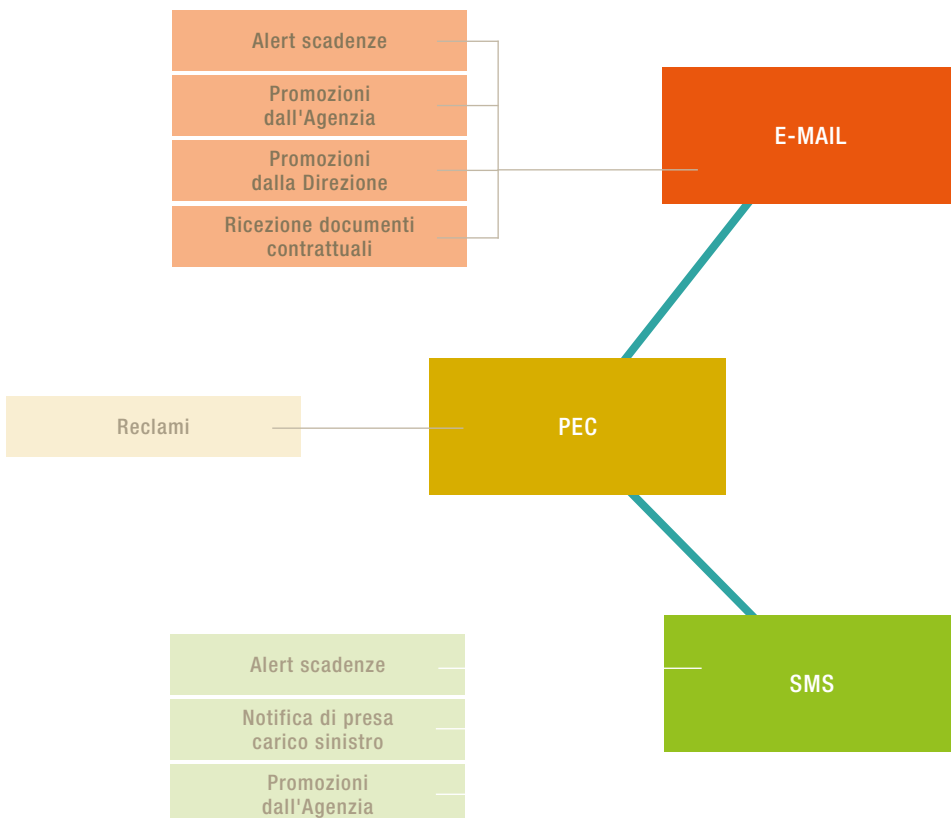
Clienti iscritti all'Area Riservata

397.879

Download dell'App MyVittoria dal 2014

71.489

Chiamate ai Numeri Verdi



stivamente recepiti.

MyVittoria è stata premiata dall'autorevole Osservatorio Finanziario di Milano (www.osservatoriofinanziario.com) come migliore App Assicurazioni Auto. L'App consente infatti di controllare e gestire in totale autonomia la propria polizza RC Auto, fornendo un servizio di assistenza a 360 gradi, attivo 24 ore su 24, e mettendo inoltre a disposizione del cliente servizi aggiuntivi all'avanguardia.

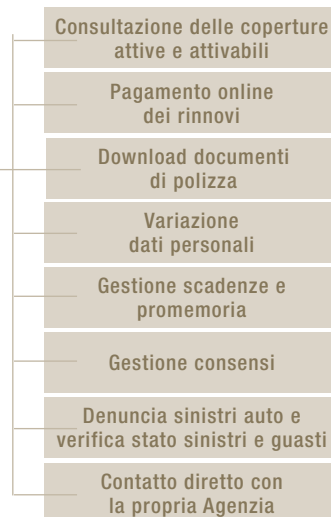
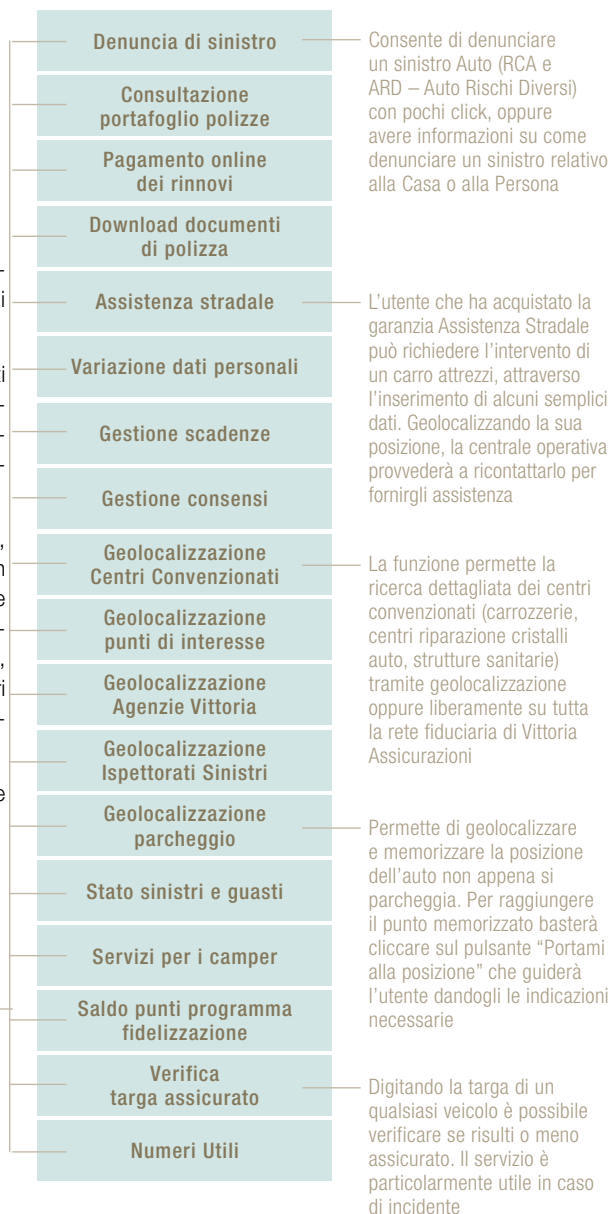
La voce dei consumatori viene ascoltata anche e soprattutto attraverso la nostra rete distributiva con la quale esiste da sempre un rapporto molto

stretto in termini di interscambio di informazioni riguardanti i nostri comuni Clienti.

Dialoghiamo con i nostri Clienti utilizzando, sia i canali tradizionali sia le più moderne tecnologie di comunicazione e programmi di fidelizzazione.

L'utilizzo di questi strumenti, oltre a garantire al Cliente un servizio informativo completo e trasparente, ha ricadute positive e responsabili sull'ambiente, grazie ai conseguenti minori consumi di carta e alla riduzione degli spostamenti.

Si segnalano in particolare le seguenti funzioni di MyVittoria:



Nuova Area Riservata

A fronte del numero sempre più crescente di clienti che accedono alla propria Area Riservata, dal 17 ottobre è attivo l'upgrade della già premiata MyVittoria. Riconosciuta da OF – Osservatorio Finanziario come “Miglior App Assicurazioni Auto 2019”, l'applicazione presenta oggi al mercato la sezione Area Riservata con un restyling grafico più moderno e accattivante, nuove funzionalità e un approccio mobile first per rispondere al meglio alla continua evoluzione delle esigenze dei Clienti. Miglioramenti tecnologici importanti, resi possibili grazie alla collaborazione con un'innovativa start-up italiana leader del crowdtesting per app, siti e ogni altro prodotto digitale.

L'aggiornamento dell'App testimonia l'attenzione di Vittoria Assicurazioni non solo verso la digital transformation in atto, ma anche verso le reali e concrete necessità dei consumatori, sempre più digitalizzati e alla ricerca di soluzioni immediate ed efficaci che consentono di avere sempre a portata di mano il rapporto con la propria Agenzia!

Uno strumento importante che consente alla Compagnia e alle Agenzie di offrire un servizio completo e apprezzato dagli oltre 600.000 utenti, che già hanno accesso all'Area Riservata.

Un'applicazione in continua evoluzione che oggi propone un'Area Riservata dal design completamente rinnovato, responsive e user-friendly con importanti cambiamenti delle funzioni disponibili. Accedendo a “Le mie coperture” l'utente ha una visione d'insieme delle varie polizze attive e di quelle che potrebbero essere acquistate, comodamente suddivise per categorie di rischio e facilmente riconoscibili tramite apposite icone. Per le coperture in essere è inoltre possibile visualizzare i dettagli, scaricare i relativi documenti, contattare l'Agenzia di riferimento e per le polizze auto, persino aprire un sinistro.

La funzione “Scadenze” è oggi più smart grazie al potenziamento dei promemoria personali per patente, carta d'identità, passaporto, bollo, revisione e tagliando auto, mentre la sezione “Apertura Sinistro”, diventa accessibile anche da desktop, oltre che da mobile. Una novità quest'ultima, non isolata. Avendo uniformato gli ambienti dai quali sono fruibili i servizi, sono infatti diverse le funzionalità di cui potranno beneficiare gli utenti indipendentemente dal device utilizzato (smartphone, tablet o PC).

È stata migliorata infine la funzione “Cerca”, utile per individuare, contattare e raggiungere i punti di interesse convenzionati come carrozzerie, centri cristalli, strutture sanitarie nazionali, commissari d'avaria nazionali e ispettorati sinistri. Con l'introduzione dell'opzione “Cerca sulla mappa la mia Agenzia” il Cliente può trovare immediatamente tutti i riferimenti dell'Intermediario che gestisce le proprie polizze. Una novità pensata e realizzata per creare un rapporto più facile e diretto con l'Agente di riferimento, figura fondamentale per ogni assicurato.

Nuovi Servizi Digitali

Nell'ottica di migliorare la comunicazione con i Clienti e i servizi a loro dedicati, ci siamo proposti di raggiungere i seguenti obiettivi per il futuro:

- ▲ Velocizzare e semplificare la denuncia di un sinistro e la relativa richiesta di risarcimento.
- ▲ A fronte del numero sempre più crescente di clienti che accedono alla propria Area Riservata, sia tramite il sito istituzionale che tramite l'App MyVittoria, la stessa verrà completamente rinnovata rendendola fruibile anche dai dispositivi mobile. Sarà graficamente più accattivante, intuitiva, più semplice nell'utilizzo e nella ricerca dei documenti e fornirà una serie di nuovi servizi quali, ad esempio: l'apertura dei sinistri Auto e ARD anche da web (oggi possibile solamente dall'App), il riscatto delle polizze, la sospensione, la riattivazione delle stesse e la storicizzazione delle comunicazioni ai clienti.
- ▲ Effettuare operazioni dispositive come, ad esempio, la sospensione temporanea delle polizze Auto e Moto, lo switch dei fondi per le polizze di natura finanziaria, oppure il versamento di premi aggiuntivi sulle polizze Vita.



Fidelizzare i Clienti: il Programma Vittoria doppio Vantaggio

è il consolidato programma fedeltà della Compagnia attivo dal 2015 e basato su dinamiche di cash back a punti, vantaggi e sconti. Il programma, che è a tutti gli effetti una raccolta punti, si contraddistingue sul mercato in virtù dell'innovativo sistema di premiazione: oltre a offrire agevolazioni all'interno del sistema Vittoria con la possibilità di beneficiare di buoni sconto per l'acquisto di nuove polizze o per il pagamento di quelle già in essere, il cliente ha la possibilità di accedere alle proposte di un ricco network di partner convenzionati. Un elemento distintivo e differenziante che rende la proposta di Vittoria all'avanguardia nel settore assicurativo.

Al fine di agevolare la conoscenza dei benefici del programma per i Clienti aderenti e di coinvolgere quelli non ancora iscritti, sono nate le Vittoriadi, il data game che integra un mix di creatività e tecnologia che, in soli sei mesi (novembre 2018 – maggio 2019), ha contribuito sensibilmente ad incrementare il legame e l'interazione con i nostri assicurati.

Il programma Vittoria Doppio Vantaggio ha pertanto ottenuto nel corso del 2019 importanti successi, che si traducono in obiettivi benefici per i 337.975 Clienti aderenti:

▲ 2.595.759,43 euro il valore dei buoni sconto utilizzati;

▲ 131.925,00 euro il valore dei premi distribuiti dal catalogo.

Ciononostante la Compagnia non ha smesso di ricercare la migliore customer experience da offrire alla propria clientela e proprio con la finalità di incrementare costantemente il livello qualitativo delle prestazioni erogate, nella seconda parte del 2019 è iniziato un importante percorso di revisione e sviluppo dei processi di fidelizzazione che ha portato alla nascita, all'inizio del 2020, di ViVa, il nuovo e ancora più premiante programma di fidelizzazione per i Clienti Vittoria.



Un nuovo sistema di misurazione della soddisfazione dei nostri Clienti, Net Promoter Score (NPS)

Offrire al Cliente la migliore Customer Experience rappresenta un obiettivo di primaria importanza per la Compagnia.

Per questo motivo, accanto alle usuali misurazioni della Customer Satisfaction, nel corso del 2019 abbiamo iniziato ad affiancare il sistema di rilevazione Net Promoter Score "NPS".

Anche per il 2020 procederemo con questa analisi sempre con l'obiettivo di rilevare la soddisfazione del cliente in ogni punto di contatto con la Compagnia e di identificare soluzioni strutturali di eventuale miglioramento, contribuendo ad innescare un processo evolutivo continuo, in grado di migliorare sempre più l'esperienza dei clienti della Compagnia

I primi risultati ci confermano che Vittoria Assicurazioni ha un ottimo percepito nei propri clienti.

La consapevolezza del nostro ruolo: la rilevanza sociale delle assicurazioni

L'impegno di Vittoria Assicurazioni è da sempre quello di comprendere la complessità del mercato e trasformarla in opportunità.

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

Per fare questo la conoscenza del Cliente è fondamentale, abbiamo quindi avviato un articolato processo di raccolta e analisi statistiche del patrimonio

informativo dei nostri Clienti, con lo scopo di comprenderne i bisogni.

La condivisione delle informazioni e dei risultati di tali analisi con le nostre Agenzie è necessaria, per questo motivo abbiamo investito nello sviluppo di strumenti quali il CRM (Customer Relationship Management) e la realizzazione di apposite App finalizzate ad agevolare il contatto con il Cliente.

Nel corso del 2019 è stata messa a disposizione a dispo-

sizione della nostra rete uno strumento dedicato alla consulenza globale che, attraverso la raccolta di informazione socio demografiche e patrimoniali, guiderà i nostri consulenti su tutto il territorio nazionale nell'individuazione delle migliori soluzioni assicurative per il Cliente.

Nel corso del 2019 i Clienti Vittoria sono stati coinvolti in specifiche campagne di vendita con offerte ed agevolazioni a loro dedicate.



Il portafoglio prodotti Vittoria

PAGAMENTO MENSILIZZATO

20.415 polizze auto con frazionamento mensile

VITTORIA CON TE

Oltre 50.604 cartelle incassate

1.626

Mezzi assicurati con alimentazione solo elettrica in portafoglio

L'attività assicurativa ha una duplice funzione sociale: trasferire i rischi dall'assicurato a un ente che può farne fronte e integrare il sistema di welfare pubblico, non sempre proporzionato ai bisogni, a contribuire ai costi derivanti dalla non autosufficienza.

In questa direzione vanno una serie di interventi realizzati:

- ▲ la polizza Vita Long Term Care (o LTC), dedicata a quella fascia di popolazione che ha necessità di tutelare il proprio patrimonio o il proprio tenore di vita in casi di non autosufficienza;
- ▲ il pagamento mensile del premio, che facilita l'accesso alle coperture assicurative;

▲ 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'implementazione di un nuovo sistema di vendita flessibile, denominato "Vittoria Con Te", con il quale l'assicurato può scegliere le garanzie da inserire nel proprio pacchetto assicurativo. L'obiettivo primario è quello di personalizzare le coperture assicurative, ma, nello stesso tempo, quello di cambiarne la filosofia di vendita: non sarà più l'assicurato ad adattarsi al prodotto, ma sarà lo stesso cliente a comporlo, scegliendo le

single garanzie in grado di soddisfare le sue reali esigenze;

▲ 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.

Vittoria per le persone e le famiglie

Dedichiamo particolare attenzione a questo segmento di clientela offrendo, oltre alle tradizionali coperture assicurative,

forme di assistenza mirate per categorie di persone bisognose di 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

Nel più tradizionale prodotto Vita per il caso di morte, pensando alle reali esigenze dei propri clienti, è stata inserita una tariffa che presenta una novità importante in termini di erogazione della prestazione. 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;
- ▲ percepire una rendita temporanea ottenuta supervalutando il capitale del 5%. Il fine di questa seconda modalità è di integrare il reddito dei beneficiari in caso di decesso o sostenere le spese ricorrenti conseguenti un'invalidità

INFORTUNI

Sono previste garanzie che forniscono un aiuto aggiuntivo nel caso di gravi invalidità come, ad esempio, il rimborso delle spese di adeguamento della casa e dell'autovettura. Inoltre, novità sul mercato, 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 entrambe 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 la cui prestazione consiste nell'erogazione di una "rendita vitalizia", ad integrazione del reddito familiare, nel caso in cui siano accertate le condizioni di non autosufficienza 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.

Vittoria Fianco a Fianco LTC

Una ricerca condotta nel 2019 dall'Associazione Altro Consumo sul tema della non autosufficienza ha analizzato e messo a confronto 13 prodotti assicurativi differenti sia dei rami vita che malattia: ancora una volta emerge la soluzione LTC – Vittoria Fianco a Fianco come polizza con le migliori prestazioni in termini di coperture, condizioni e costi.



CASA E PROTEZIONE DELLE FAMIGLIE

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

RIMBORSO SPESE SANITARIE ELITE

Prodotto di elite 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

LINEA STRADA LIFESTYLE E LIFESTYLE PLUS

Garanzia 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.

Vittoria per le imprese

DANNI INDIRETTI

Garanzia che si pone come obiettivo quello di riportare l'azienda in difficoltà economiche alla situazione finanziaria che la stessa avrebbe avuto se il sinistro non si fosse mai verificato. Lo specifico indennizzo permette, quindi, la ripresa economica dell'azienda colpita dal danno, nonché la salvaguardia dei posti di lavoro dei dipendenti.

ALL RISKS ENERGIA SOLARE

Prodotto dedicato al mondo delle energie rinnovabili, destinato 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 copre i 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

Il World Economic Forum ha recentemente pubblicato il Global Risk Report, basato sul sondaggio condotto tra esperti e decision-maker dei vari settori dell'economia globale sulla percezione dei rischi a livello internazionale.

Tra i maggiori rischi per i prossimi dieci anni evidenziati dal report, le minacce alla cybersi-

curezza hanno scalato la classifica rispetto la posizione occupata nell'anno precedente.

Per affrontare 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.

Abbiamo commercializzato nei primi mesi del 2019 un prodotto disegnato ad hoc per questa tipologia di rischio.

VITTORIA CYBER RISK PROTECTION

Prodotto pensato per tutelare i professionisti e le piccole-medie imprese (PMI) contro i rischi provenienti da attacchi informatici. Mette a disposizione dell'assicurato degli esperti per la risoluzione dei malfunzionamenti dei computer e il ripristino dei dati danneggiati dall'attacco subito. Tutela inoltre l'assicurato 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.





La liquidazione dei sinistri

I fattori sui quali ci siamo concentrati per garantire la migliore soddisfazione dei nostri assicurati sono:

VELOCITÀ
nei tempi
di liquidazione

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

La cura di questi due aspetti ci ha consentito di rafforzare e consolidare il rapporto con i nostri assicurati.

Quello della liquidazione del sinistro è il momento in cui il Cliente avverte maggior bisogno di assistenza,

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 dematerializzazione 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

156

Liquidatori e ispettori di cui 32 specialisti di direzione

1.653

Carrozzerie convenzionate

376

Medici legali e avvocati



*per questo
prestiamo da
sempre grande
attenzione a
modalità e
tempi di
questa fase*

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 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 levabolliti) 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.

3

Partner per la gestione dei sinistri ai cristalli e da grandine

319

Periti esterni

346.225

Sinistri gestiti

269.873

Sinistri pagati

18 GIORNI

Tempo medio della gestione
di un sinistro danni/vita

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.

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 Fabbricati, 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

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.



MyVittoria come miglior app per osservatorio finanziario

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 messaggistica che facilita la rice-

zione 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.

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 MyVittoria 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 cliente 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.

2.238

Clienti che hanno usato l'app per denunciare un sinistro RCA o richiedere assistenza stradale

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.

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'i-

dentificazione 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.

I rapporti diretti con le Autorità (Polizia, Carabinieri, Guardia di Finanza) che segnalano situazioni potenzialmente fraudolente (565 segnalazioni nel corso del 2019) anche di carattere assuntivo e/o fiscale, permettono di avere una visione, e quindi di segnalare alle divisioni interessate confrontandosi e

collaborando con le medesime, anche su problematiche non attinenti ai sinistri

Nel 2019 in totale sono state evitate complessivamente liquidazioni per € 8.412.769,00 per frodi accertate. Inoltre, nel corso degli anni 2019 e 2018, Vittoria ha depositato 75 querelle denunciando complessivamente 464 persone.

Il risparmio dell'esercizio 2019 in relazione al Ramo RCA, quantificato nel rispetto della Legge 27/2012 recepita dal Regolamento ISVAP n. 44, è risultato pari a 6,4 milioni di euro (di cui 5,8 per sinistri chiusi senza seguito).

Tutte le informazioni vengono comunicate a IVASS e rese pubbliche sul sito della compagnia.



La gestione dei reclami

Il Servizio Reclami segue una specifica politica di gestione improntata alla tempestività, correttezza e trasparenza, avendo sempre come obiettivo la soddisfazione del cliente.

A dicembre 2018 Vittoria ha completamente revisionato 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 adeguate; tale manuale viene costantemente aggiornato in base ai miglioramenti nell'operatività del servizio, infatti da settembre 2019

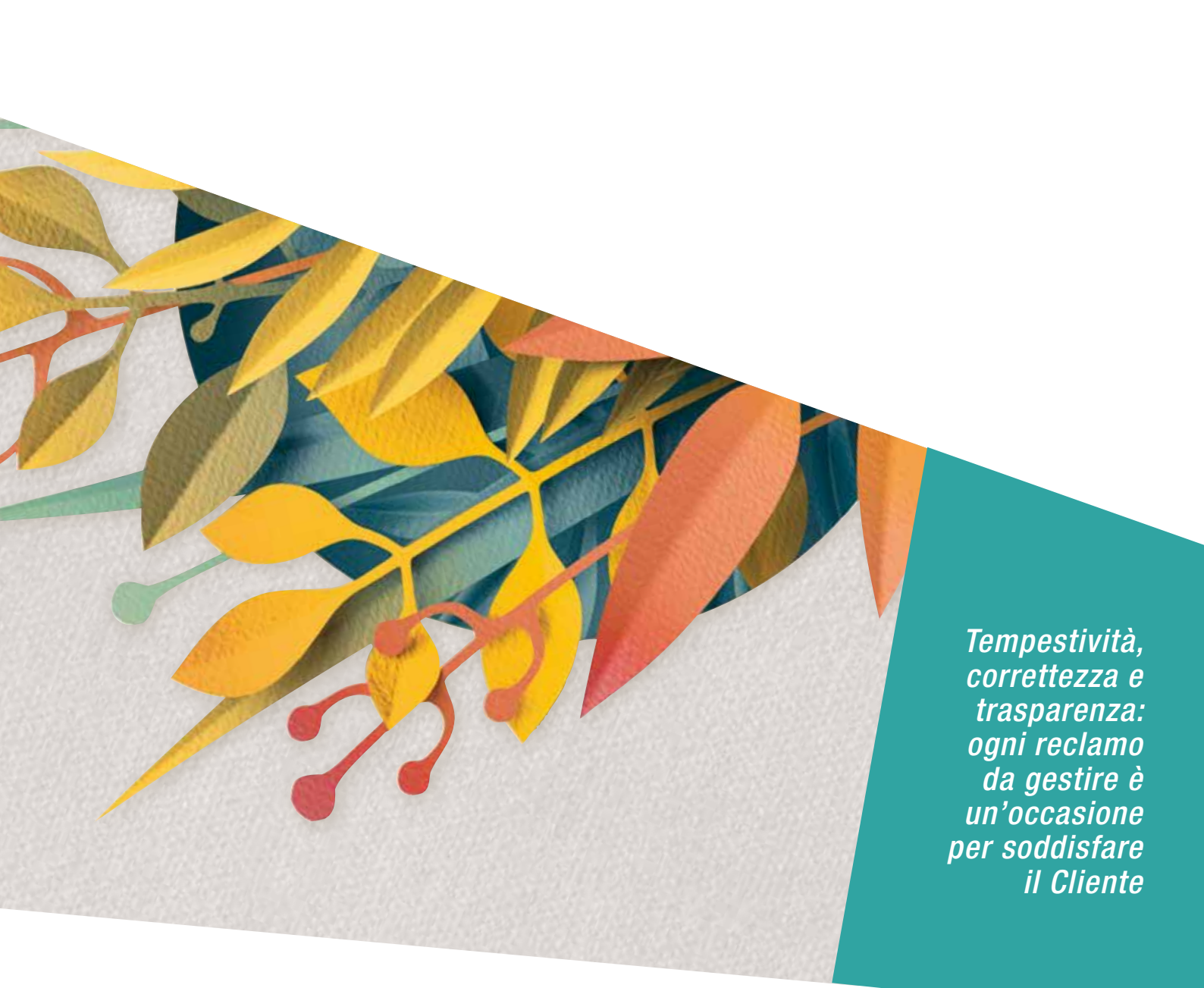
è in corso un affinamento della catalogazione dei reclami per le Aree Commerciale, industriale, amministrativa e informatica.

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.

Il controllo dell'evoluzione degli obiettivi aziendali assegnati al Servizio Reclami viene mo-

nitato 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.



*Tempestività,
correttezza e
trasparenza:
ogni reclamo
da gestire è
un'occasione
per soddisfare
il Cliente*

Reclami

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

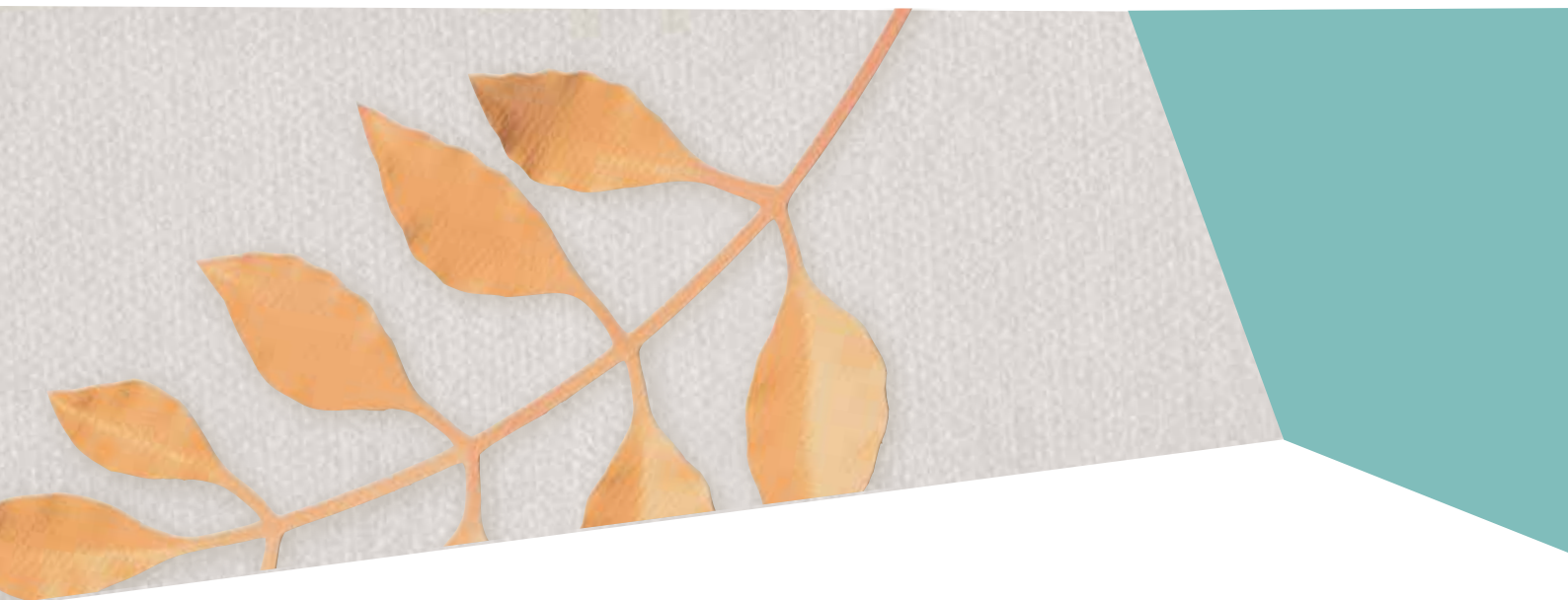
dei reclami riguarda l'Area Liquidativa Sinistri.

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	2019	2018	% Variazione
Reclami utente	2.986	2.939	1,6
Reclami IVASS	522	653	-13,4
Reclami Totali	3.508	3.592	-1,0

I dati relativi al 2018 sono stati riesposti per allinearli alla nuova metodologia di calcolo



Privacy

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;
- ▲ Informativa 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.

Sulle ultime due aree gli interventi sono ancora in corso, mentre le altre attività sono state completate.

Nel corso dell'anno, come per il 2018, non si sono registrati casi di violazione della privacy e perdita di dati.

Reclami totali

Esito	2019		2018	
	Numero	% su totale	Numero	% su totale
Accolti/Transati	463	15,5	636	21,6
Respinti	2.352	78,8	2205	75,0
In corso di istruttoria	171	5,7	98	3,3
Totali	2.986	100	2.939	100

Giorni medi evasione reclami

Reclami	2019	2018	% variazione
Reclami Utente	18,79	12,48	50,57
Reclami IVASS	12,08	10,20	18,18

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 riserva al cliente.

L'attività di consulenza è mirata in particolare alla gestione, con strumenti sempre innovativi, e all'identificazione delle esigenze assicurative dei nostri Clienti.

Nel 2019 con il progetto SVEVA (supporto vendita evoluto verso agenzie) la compagnia ha messo a disposizione della rete agenziale una task force a supporto delle attività di vendita attraverso un modello commerciale evoluto e sperimentato sul campo (55 agenzie coinvolte 68% redemption).

Specialisti di vendita che lavorano fianco a fianco con i nostri

agenti per offrire un'attività di consulenza finalizzata ad identificare e a gestire le esigenze assicurative dei nostri clienti.

A febbraio si è tenuta la Riunione annuale Convention che ha coinvolto circa 1900 partecipanti tra Agenti, Subagenti e Impiegati di Agenzia: un appuntamento importante dove incontrarsi per condividere le linee guida della Compagnia, gli impegni e i traguardi da raggiungere insieme, cui hanno fatto seguito una serie di incontri territoriali, "Giro d'Italia", con i vertici di Vittoria, per creare ulteriori occasioni di confronto e di aggiornamento sui temi prioritari del territorio.

Per il secondo anno è stato stampato un libro "Un anno di Noi" che racconta i principali progetti commerciali realizzati nel corso dell'anno. Si tratta di un documento che racconta

con immagini le attività svolte insieme, Compagnia e Rete di Vendita, descrivendone i successi di tutti. "Un anno di Noi" ha l'intento di celebrare tutti coloro che hanno contribuito al raggiungimento dei risultati della Compagnia rafforzando il legame e il valore della rete di vendita.

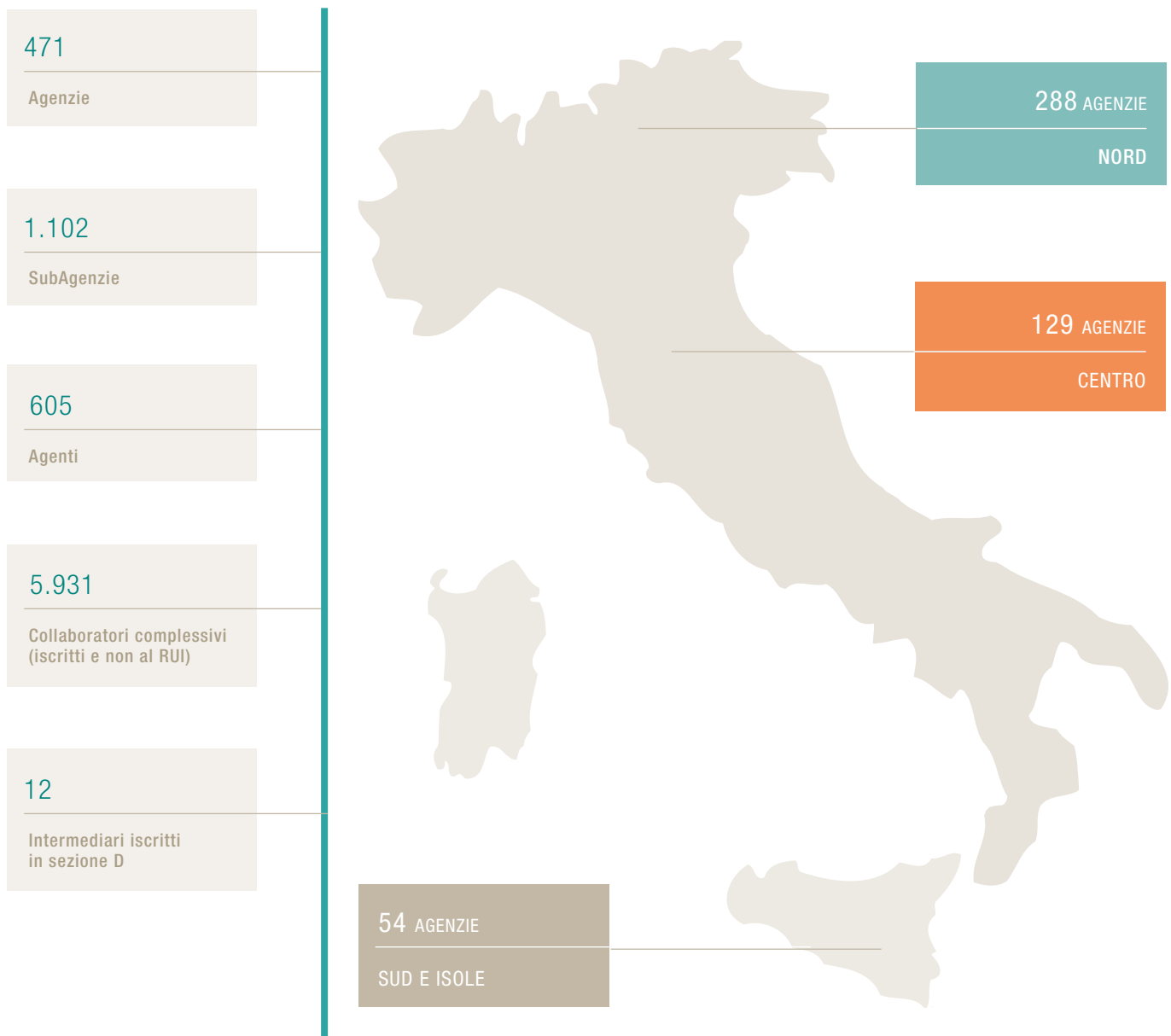
Alla data del 31 dicembre 2019 erano presenti sul territorio nazionale 471 Agenzie Generali e 1102 subagenzie che intermediano prodotti Vittoria Assicurazioni


La Compagnia collabora inoltre con:

- ▲ 11 Banche per la distribuzione dei prodotti assicurativi della Compagnia;
- ▲ 1 Sim per la distribuzione dei prodotti assicurativi

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







Alimentiamo la crescita della rete di vendita e delle sue competenze anche attraverso corsi online

La comunicazione con gli agenti

La comunicazione verso la rete di vendita è cambiata: nel 2019 è nata la web community “Noi di Vittoria” che si rivolge non solo agli Agenti, ma comunica e ingaggia anche con i sub-agenti e gli impiegati di agenzia.

Si tratta di un progetto innovativo per il nostro settore destinato a diventare un hub di contenuti, pensato apposta per il lavoro di tutti i giorni, dove trovare quotidianamente informazioni, corredate anche da foto e

video, e scambiare esperienze e opinioni.

È il nuovo ambiente studiato da Vittoria per comunicare in maniera innovativa con la rete di vendita.

Ogni lunedì le Agenzie ricevono sulla mail dell’Agenzia un resoconto di tutte le Circolari, Comunicazioni e Comunicati IVASS al fine di consentire alle stesse di avere una gestione amministrativa ed organizzativa

efficiente.

I documenti sono comunque consultabili su Mondo Vittoria nell’Area Comunicazioni Rete Vendita.

Sempre all’interno di Mondo Vittoria è presente una sezione denominata “Comunicazioni Pgresse” nella quale sono archiviate lo storico di tutte le Note Informative, le Comunicazioni Sistemi Informativi emenate fino a marzo 2014.

La formazione Agenziale

Piano annuale di formazione

Il piano formativo è stato delineato per supportare il raggiungimento degli obiettivi commerciali e per permettere alla Rete di aggiornarsi ed essere sempre più competitiva nel mercato attuale.

La formazione in aula è stata particolarmente puntuale e capillare, tanto da mettere

a disposizione 143 corsi che hanno coinvolto 63.989 intermediari di Rete. Il focus dei corsi si è concentrato su tematiche tecniche e normative, ma non sono mancati corsi per affinare le competenze nell’utilizzo di strumenti commerciali e di marketing.

Il catalogo dei corsi online è stato aggiornato e incrementato, privilegiando moduli relativi ai più recenti prodotti in commercializzazione, ma senza trascurare di mettere a disposi-

zione corsi di natura normativa e di sicurezza informatica. Per la prima volta è stata promossa una survey per indagare l’utilizzo e la soddisfazione degli intermediari relativamente al Portale della formazione, i risultati hanno visto una consistente partecipazione ed è emersa la voglia di avere uno strumento sempre più fruibile, versatile e capace di coinvolgere con moduli e-learning accattivanti e di contenuto immediato.

61.592

Ore di formazione in aula

5.960

Ore di formazione sul territorio

143

Corsi disponibili

63.989

Partecipanti di cui in aula 8.065

801.042 EURO

Investimento complessivo in formazione



I progetti per le nuove generazioni di Agenti e Subagenti

Vittoria #InVetta: Sapere, Fare, Essere Agente.

La Direzione Commerciale ha colto l'esigenza del mercato di prepararsi al cambio generazionale, mantenendo al contempo il valore di continuità familiare, affidabilità e tradizione assicurativa che caratterizza la nostra Compagnia. Abbiamo così dato vita al progetto #InVetta, un percorso formativo riservato ai figli degli Agenti che saranno un giorno a guida di un'Agenzia e a Subagenti distintisi per le loro capacità nel raggiungimento dei risultati e alle qualità dimostrate sul campo. Il progetto si propone di potenziare le skill dei partecipanti facendo riferimento al Modello delle competenze, basato su tre aree:

- ▲ Area della Customer Experience: le competenze tecniche, contrattuali e commerciali che supportano l'Agente nella vendita consulenziale
- ▲ Area dell'Imprenditorialità: la capacità di essere innovativi, avere la governance

commerciale dell'agenzia ed essere proattivi nel cogliere le nuove opportunità commerciali del mercato

- ▲ Area del Management: la capacità di gestire le proprie risorse, motivarle nell'autonomia professionale ed incoraggiarle finché non esprimono il loro massimo potenziale commerciale

Dopo aver colto l'opportunità, si è passati alla fase attuativa: in pochi mesi ha visto la luce un progetto formativo di ampio respiro che si svilupperà nell'arco di 2 anni e che prevede una fase di allineamento alle conoscenze di base dei 77 partecipanti, una fase di approfondimento delle conoscenze e di acquisizione di competenze specialistiche, e un periodo di sperimentazione sul campo delle competenze acquisite.

Il percorso è articolato in tre moduli:

- ▲ Modulo Base: è dedicato a chi deve ancora consolidare la propria esperienza di intermediazione e può costruire da subito conoscenze di alto profilo
- ▲ Modulo Avanzato: è rivolto a chi si muove già con disinvoltura nel mondo assicurativo ed ha così l'opportunità di affinare le proprie compe-

tenze e ampliare le sue prospettive

- ▲ Modulo Preparazione Esame IVASS: è riservato ai subagenti che vogliono sostenere l'esame per l'abilitazione all'iscrizione nella sezione A

La metodologia identificata non si limita a corsi teorici, ma prevede l'integrazione di laboratori commerciali, simulazioni e focus sull'utilizzo di strumenti quantitativi e reportistica finalizzata all'analisi dei dati agenziali. Lo sviluppo dei partecipanti è affiancato da monitoraggi delle conoscenze e delle abilità sviluppate, in particolare in tre step:

- ▲ test iniziale: finalizzato a rilevare le conoscenze precedenti l'inizio del corso
- ▲ test successivi ad ogni corso, finalizzato a rilevare le conoscenze acquisite durante ciascun corso
- ▲ test finale: finalizzato a rilevare le conoscenze complessivamente acquisite con il percorso formativo

I feedback dei partecipanti sono estremamente positivi, è stata espressa forte soddisfazione per l'utilità delle tematiche affrontate, per la professionalità e accuratezza della docenza e per l'impianto organizzativo.

Campus#InVetta: Insieme per la vittoria

I partecipanti dei progetti #InVetta e Campus sono stati coinvolti in una giornata di team building fuori Milano che ha permesso di creare relazioni tra futuri agenti di punta

sul territorio e futuri manager della Direzione e seminare le basi di una vincente collaborazione. La giornata ha coinvolto ben 74 partecipanti, guidati da formatori esperti che si sono impegnati per favorire l'incontro e la conoscenza reciproca, l'adesione ai valori aziendali e la condivisione del know how. I partecipanti si sono cimentati in attività esperienziali, competizioni a squadre e sono stati

messi alla prova con tecniche creative, espressive e comunicative.

Questa giornata ha gettato le basi avvicinare ulteriormente le due realtà e rafforzare l'unione della Compagnia. La prima edizione è stata un grande successo e ci riproponiamo di ripetere questa esperienza.

Partecipanti InVetta	69
Partecipanti Modulo Base	25
Partecipanti Modulo Avanzato	44
Partecipanti Preparazione IVASS	13
Quanti hanno superato l'esame	6
Corsi già fatti base + avanzato	15 + 8
Ore di formazione totali	184



Il tuo futuro in Vittoria: conferme e nuovi inserimenti

Il progetto nato nel 2018 si pone gli obiettivi di selezionare giovani da inserire in Agenzie virtuose, formarli per crescere dei consulenti assicurativi preparati tecnicamente e capaci di gestire la relazione con il Cliente, ma soprattutto renderli veri specialisti del campo dei Rami Elementari. Durante il 2019, le risorse già attive nel progetto sono state ulteriormente valutate e solo i migliori SubAgenti possono vantare di poter proseguire in questo progetto dedicato, inoltre sono stati introdotti con successo nuovi gruppi di neofiti e ad oggi contiamo 44 giovani inseriti in agenzia.

La metodologia formativa è stata confermata dato i buoni risultati riscontrati durante il primo anno, le aule a tema tecnico e commerciali sono state accompagnate da numerosi incontri sul territorio in cui i partecipanti, sotto la guida del Coordinatore del progetto, hanno avuto la possibilità di confrontarsi sui successi e sulle criticità che affrontano quotidianamente. Seguendo i dettami della peer education, è stata eseguita un'attenta analisi delle qualità e delle criticità delle singole risorse, così da organizzare affiancamenti tra coppie di Subagenti, per dar loro la possibilità di osservarsi a vicenda direttamente durante le trattative e poter apprendere le migliori strategie commerciali messe a punto dal collega. Il risultato è stato positivo non solo da un punto di vista commerciale, ma è stata una preziosa occasione di crescita e di confronto che ha incrementato

la complicità e la collaborazione tra i SubAgenti del progetto.

Il progetto viene monitorato sia attraverso test tecnici delle conoscenze acquisite, sia attraverso verifiche attente della produzione mensile: tutti i SubAgenti ora attivi hanno dimostrato di poter sostenere risultati in crescita o stabili.

Le loro potenzialità commerciali hanno visto un importante ampliamento, in quanto non si limitano allo sviluppo di Clienti monolinea, ma sono stati formati per gestire e incrementare le convenzioni territoriali, le modalità più efficaci per avvicinare contatti freddi e le strategie per condurre trattative vincenti.

In seguito agli ottimi risultati, il progetto sarà incrementato, per permettere ad un numero maggiore di Agenzie di inserire neofiti da formare e costruire una nuova generazione di consulenti assicurativi.





I servizi a supporto della rete Agenziale

Il sistema core per la nostra Compagnia denominato NewAge nasce nei primi anni 2000 per la gestione del portafoglio polizze. È stato progettato e creato internamente per ottenere un reale sistema online che collegasse in tempo reale la Direzione con le agenzie, gli ispettorati, i partner commerciali e finalizzato alla gestione multiramo dei nostri prodotti e dei rispettivi processi di vendita, del post vendita e di tutte le attività legate alla gestione dei sinistri.

Per migliorare gli strumenti a disposizione delle nostre reti distributive, tenendo conto dell'evoluzione delle esigenze

dei clienti e delle nuove modalità di interazione digitali, nel corso degli ultimi anni, abbiamo introdotto nuovi sistemi informatici.

Un accordo siglato con il Gruppo Agenti Vittoria ha permesso di dotare tutta la rete distributiva di modernissimi tablet pc, ideali per concludere i processi di vendita attraverso la raccolta della firma grafometrica, anche al di fuori dei locali di agenzia, e sfruttando al meglio i nuovi sistemi di emissione in mobilità.

Il "NewAge Mobilità" permette, in pochi semplici passaggi, la proposta di pacchetti di garanzie predefinite attraverso uno

strumento interattivo che garantisce al contraente una maggiore consapevolezza e chiarezza. Inoltre, è stato diffuso il nuovo "Customer Relationship Management", strumento che permette agli agenti di gestire le comunicazioni relativamente agli avvisi di scadenza delle polizze e di proporre iniziative di marketing alla clientela.

Un'ulteriore soluzione innovativa che ha interessato la rete riguarda la firma grafometrica, dapprima utilizzata per la sottoscrizione dei contratti e, successivamente, introdotta anche per alleggerire alcuni processi amministrativi tra la Direzione e le agenzie.

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.

Un elenco puntuale delle convenzioni nazionali è disponibile sul nostro sito istituzionale: di seguito descriviamo quelle più consolidate per la Compagnia.

5.573

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 5.573 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.

95.195*

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 2019 erano 95.195 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 2019 erano 41.030 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.

41.030

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 261.717 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.

261.717

Appartenenti alle Forze
Armate e Forze dell'Ordine



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, i cui criteri oggettivi di selezione e valutazione dei fornitori nonché le procedure di controllo e monitoraggio specifiche vengono messi 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 quali Fornitori coloro che gestiscono 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 D.Lgs 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 giudicato, 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 documentata e frutto dell'applicazione.

Nel 2019 abbiamo coinvolto nell'approvvigionamento di beni, servizi e lavori in appalto 2.518 fornitori il 96% dei quali con sede in Italia per un valore di 60,5 milioni di euro, di cui 8,1 milioni di euro riferiti a fornitori di attività esternalizzate essenziali o importanti (6,4 milioni nel 2018).

Tra i partner professionali si annoverano anche i fiduciari di Vittoria Assicurazioni quali avvocati, periti, accertatori e Medici Legali che costituiscono oltre il 50% dei contratti di fornitura.

Per una maggiore interazione con la Compagnia e al fine di soddisfare al meglio le esigenze del cliente, abbiamo sviluppato il “SUF”, ovvero il “Sito Unico Fiduciari”, che permette al fiduciario di gestire al meglio e in autonomia le proprie attività, con impatti positivi ambientali e umani.

TERRITORIO E COLLETTIVITÀ

Diamo ascolto ai nostri stakeholder

Crediamo che il nostro agire non abbia solo una valenza economica. Diamo valore all'ascolto di tutti i nostri stakeholder, con i quali condividiamo il risultato del nostro fare impresa, in modo che sia sostenibile

nel futuro e che porti beneficio alla collettività alla quale sentiamo di appartenere.

Per questo l'annuale premio della camera di commercio, l'Ambrogino alle imprese, ricevuto da Vittoria Assicurazioni a giugno del 2019, è stato un

riconoscimento all'impegno della Compagnia per la sua pluriennale attività svolta a ad accrescere il valore e le opportunità del territorio e per il costante impegno nella crescita del sistema socio-economico del capoluogo lombardo e provincia.

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

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/>





Il nostro ruolo nel ridisegno del paesaggio urbano

La salvaguardia del patrimonio nazionale, la valorizzazione dell'ambiente e la responsabilità sociale favoriscono uno scambio reale con la collettività, nonché un'opportunità per il benessere comune.

Il contributo al recupero del patrimonio storico, artistico e architettonico si manifesta con piani di riqualificazione di aree urbane, di popolamento di zone in fase di sviluppo e di investimenti in ambiziosi progetti innovativi con significativi risvolti anche dal punto di vista socioculturale.

Ne è un esempio l'intervento

realizzato nella città di Milano con la riqualificazione urbana dell'area del "Portello". In questo progetto di riqualificazione urbana, alle spalle del centro direzionale, sorge un complesso residenziale costituito da 8 edifici: 6 torri e 2 edifici in linea, i cui nomi rendono omaggio al glorioso passato ricordando un'auto storica dell'Alfa Romeo.

Il progetto, firmato dall'architetto Gino Valle, è stato realizzato per restituire un'identità a una zona in cui, più di cento anni fa, nasceva la storia industriale dell'Alfa Romeo e per dare un'omogeneità con l'ambiente circostante: i tre grandi edifici tagliati in diagonale, a diverse

altezze, riprendono armoniosamente il timpano dell'ex-fiera.

Il centro direzionale si apre sulla piazza più grande della città e un gioco di linee prospettiche a ragnatela sulla pavimentazione in pietra invita 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".





La nuova strategia immobiliare di Vittoria

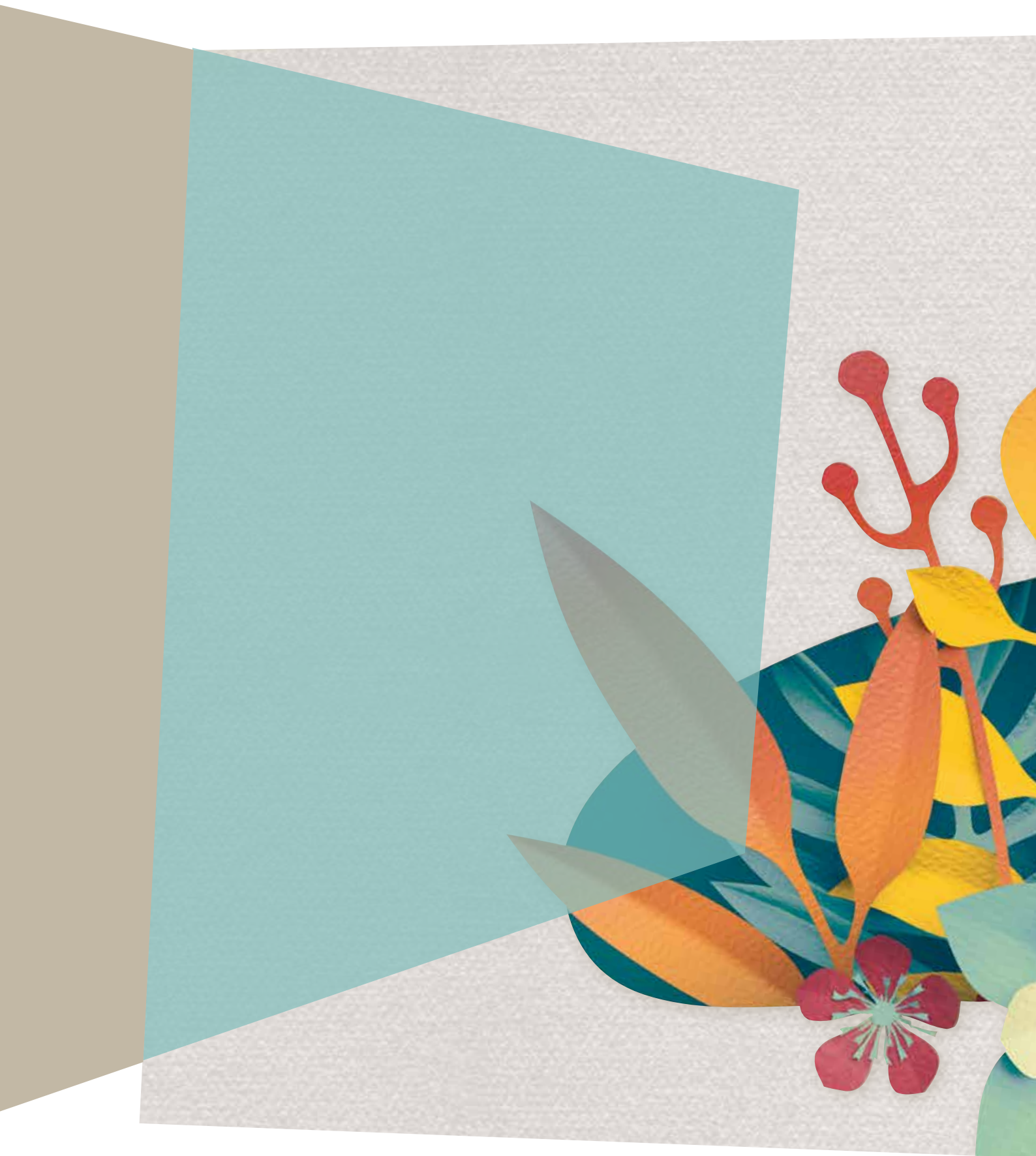


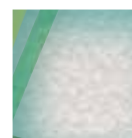
Nel corso del 2019 il Gruppo Vittoria ha avviato un'importante riorganizzazione del comparto immobiliare, cedendo a terzi il controllo delle proprie partecipazioni in Gestimmobili e Interimmobili, società che nel cor-

so degli anni si sono occupate della gestione tecnico-amministrativa e dell'intermediazione del patrimonio immobiliare del Gruppo.

Gestimmobili ha successivamente cambiato denominazio-

ne sociale: oggi quindi collaboriamo con Morning Capital, nostro consulente strategico del Real Estate, che gestisce con competenza, solidità e trasparenza anche gli investimenti immobiliari del nostro Gruppo.





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

L'incapacità di affrontare i cambiamenti climatici è stata identificata dal WEF come uno dei potenziali maggiori rischi socio-economici per la nostra società.

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 recente report della Geneva Association pone l'enfasi sulla costruzione di una resilienza socioeconomica ai crescenti impatti delle condizioni meteorologiche estreme 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.

Il settore assicurativo si trova in

una posizione unica per comprendere meglio i rischi che il cambiamento climatico impone alle società e ai loro mezzi di sussistenza. Questo perché gli assicuratori svolgono un duplice ruolo di gestori del rischio che proteggono le attività della società e di investitori a lungo termine che finanziano l'economia. La missione sociale del settore assicurativo è quella di elaborare soluzioni innovative di trasferimento del rischio che riducano al minimo le conseguenze finanziarie dell'incertezza. Di fronte al cambiamento climatico, un mandato di questo tipo è ora più che mai pertinente.

Innoviamo per l'ambiente

Una serie di importanti investimenti in soluzioni tecnologiche all'avanguardia ha consentito

di ridurre gli impatti negativi sull'ambiente, grazie alla minore necessità di spostamenti e ai minori consumi cartacei e ad una Car Policy aziendale atta a ridurre le emissioni nell'atmo-

sfera, eliminando i veicoli diesel dal parco auto aziendale e scegliendo soluzioni benzina o ibride più vicine all'ambiente.

946.210

Documenti sottoscritti digitalmente dai Clienti (51,4% del totale documenti sottoscritti)

Portale Unico di Comunicazione

A partire dal 2016 ci siamo dotati di un Portale Unico di Comunicazione, che consente di relazionarsi direttamente con

la clientela in modalità multi-canale: PEC, posta elettronica, SMS.

25.548

Risme di carta risparmiate nell'anno, corrispondenti a circa 50 alberi di media grandezza salvati (un albero = 153 risme)

Dematerializzazione e firme elettroniche

Da oltre 5 anni abbiamo avviato

un programma di progressiva dematerializzazione dei documenti utilizzati per le attività di vendita e di gestione sinistri, attraverso funzionalità realizzate nei sistemi a supporto dei pro-

cessi 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.

Contestualmente siamo passati alla digitalizzazione dei documenti relativi alle polizze e ai sinistri, attraverso il nostro sistema New Age o sistemi esterni dei fornitori.

In questo ambito, riveste particolare importanza la diffusione a tutte le Agenzie della firma elettronica avanzata (FEA), sia nella modalità di firma grafometrica che nella modalità di firma mediante codice One Time Password (OTP). Quest'ultima è stata diffusa dall'inizio del

2018 e consiste in una sorta di codice usa e getta che rende più agevole la sottoscrizione dei contratti, in quanto il cliente ha la possibilità di procedere attraverso il suo smartphone e senza la necessità del "sign pad", come nel caso della firma grafometrica.

Tutte innovazioni che portano a mitigare gli impatti negativi sull'ambiente:

- ▲ si evita la stampa e successiva sottoscrizione in triplice copia dei documenti contrattuali, offrendo, contestualmente, un più efficace

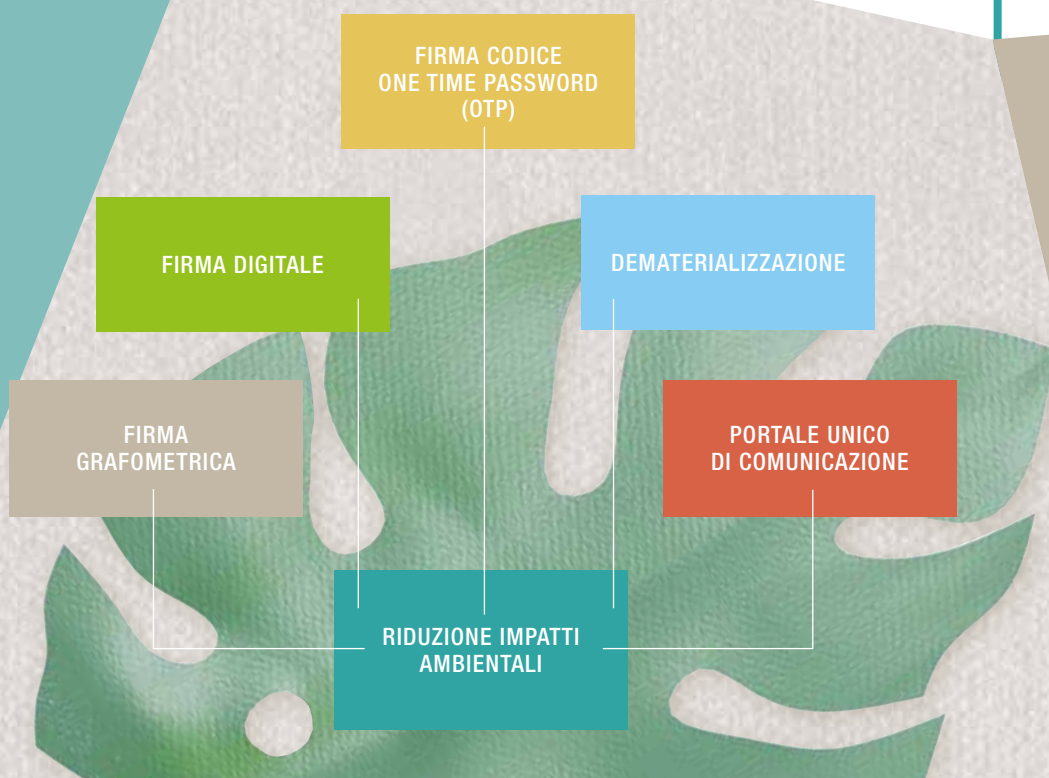
servizio alla clientela;

- ▲ si è ridotto il consumo di toner ed i corrispondenti consumi energetici per produrre i documenti;
- ▲ si è eliminata 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.

+4,8%

Aumento dei documenti sottoscritti digitalmente rispetto all'anno precedente



In particolare, nel 2019 l'utilizzo della firma elettronica avanzata è stato accettato da 1.430.741 clienti, che hanno sottoscritto elettronicamente 946.210 documenti, corrispondenti al 56,2% del totale dei documenti sottoscritti, con una riduzione del consumo totale di carta di 25.548 risme l'anno.

Nello specifico, la documen-

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.

I consumi energetici diretti

Il contenimento degli impatti ambientali nella quotidiana attività di business è un tema caro al Gruppo Vittoria. Questo si rispecchia anche nell'attenzione ai nostri consumi, evitando sprechi, e nell'adesione a policy che ci consentano di puntare ad un continuo efficientamento, con l'obiettivo di ridurre emissioni inquinanti.

A tal proposito, nel 2018 la

Compagnia ha rivisto la Car Policy aziendale: considerando che il consumo di combustibili non rinnovabili è il principale fattore che contribuisce alle emissioni di gas serra, l'opzione di scelta di veicoli ad alimentazione diesel è stata sostituita con veicoli ibridi/benzina ed ibridi/elettrici. Questo consentirà di ridurre ulteriormente le emissioni dirette di CO2 nell'ambiente.


La Travel Policy, introdotta nel 2017, che invita tutti i dipendenti a prediligere, per i viaggi di lavoro di media e lunga di-

stanza, l'utilizzo del treno rispetto all'automobile, continua ad essere diffusa e sostenuta e a portare benefici in termini di emissioni. 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 direttamente in busta paga.

Consumi energetici all'interno dell'organizzazione

FONTI NON RINNOVABILE

Flotta auto (leasing e proprietà)	udM	2019	2018	udM	2019	2018
Gasolio - Diesel	litri	46.679	62.028	GJ	1.677	2.234
Benzina	litri	35.248	16.121	GJ	1.117	511
Riscaldamento	udM	2019	2018	udM	2019	2018
Consumi di Gas naturale per riscaldamento	Smc	26.754	24.410	GJ	944	861
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

Uno degli obiettivi di Vittoria Assicurazioni è quello di garantire il massimo comfort alle persone che quotidianamente lavorano nelle sue sedi, avendo cura di minimizzare gli impatti ambientali, a partire da consumi ed emissioni.

Per poter rendere possibile giorno dopo giorno il raggiungimento di questi obiettivi, Vittoria adotta elevati standard nel governo e nella gestione delle proprie sedi, progettate secondo modelli ingegneristici e impiantistici evoluti.

La riduzione degli impatti, pas-

sa anche attraverso la realizzazione di ambienti confortevoli, che impiegano sistemi di gestione domotica avanzata in grado di massimizzare l'utilizzo della luce naturale con impianti di illuminazione dinamici che adattano l'intensità luminosa alle condizioni di luce esterna e governano autonomamente l'accensione in base alla presenza di persone, inoltre la climatizzazione degli ambienti è personalizzabile autonomamente dai singoli utenti per garantire elevati standard di comfort.

La consapevolezza che i consumi di risorse energetiche contribuiscono alle emissioni di gas serra indirette generando impatti sull'ambiente che ci

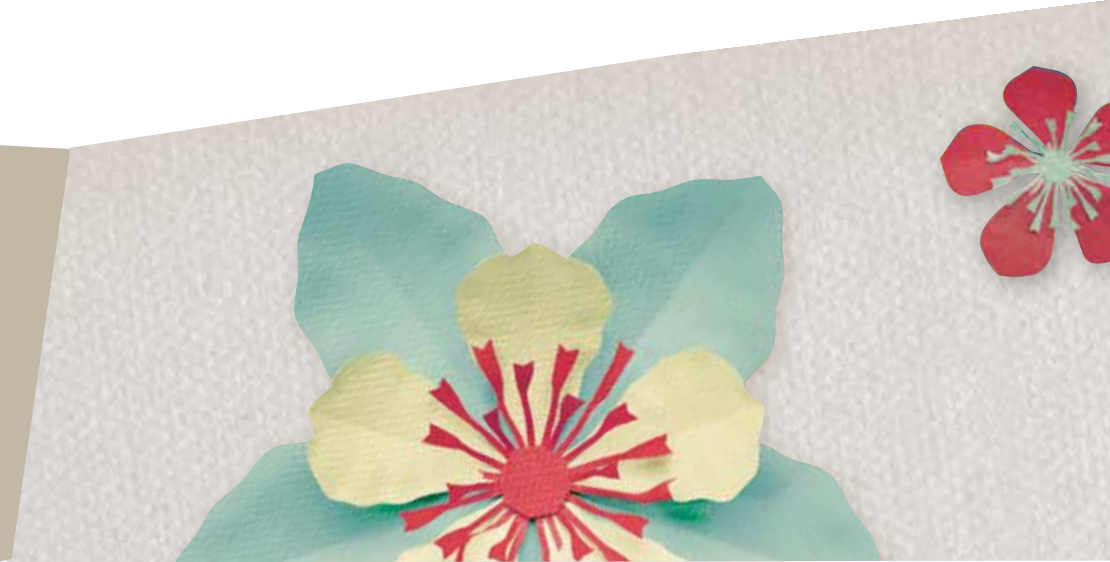
circonda, ci ha portato a porre grande attenzione sulla ricerca di efficienza degli spazi in uso.

Analizzare con sempre maggiore precisione le caratteristiche dei propri consumi, ha consentito nell'arco del tempo, di identificare nuovi punti di attenzione e miglioramento. La conoscenza di queste informazioni ha permesso quindi di definire strategie mirate che hanno consentito di concentrare ed organizzare al meglio gli sforzi. Questo ha fatto sì che nell'arco dell'anno 2019 si siano potuti registrare risultati interessanti, che ci portano a credere sempre più nel quotidiano impegno in tal senso.

Consumi energetici all'interno dell'organizzazione

ELETTRICITÀ

	udM	2019	2018	udM	2019	2018
Acquistata	kWh	3.269.740	3.468.809	GJ	11.771	12.488
Autoprodotta - pannelli fotovoltaici	kWh	101.483	98.151	GJ	365	353



Le emissioni in atmosfera

Al fine di determinare 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 climatiz-

zazione e per i veicoli aziendali;

▲ le emissioni indirette (Scope 2), come le emissioni derivanti da utilizzo di energia elettrica acquistata.

Emissioni dirette e indirette in atmosfera

	Ton CO2		Ton CH4		Ton N2O		Ton CO2 eq	
	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018
Emissioni dirette (Scope 1)	258	250	21	12	5	6	2.099	2.021
Emissioni indirette (Scope 2) - location based	1.033	1.113	0,059	0,063	0,013	0,014	1.038	1.119
Emissioni indirette (Scope 2) - Market based	1.592	1.665	0	-	0	-	0	-

Per il "Location-based", il coefficiente di emissione utilizzato per l'Italia è pari a 316 gCO2/kWh. Fonte: Guida ABI_LAB.

Per il "Market-based", coefficiente di emissione utilizzato per l'Italia è pari a 487 gCO2/kWh, Fonte: Association of Issuing Bodies, European Residual Mixes 2019.

I dati 2018 relativi allo Scope 1 sono stati riesposti per un affinamento della metodologia di calcolo

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 approc-

cio 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.

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 im-

postati di default sulla stampa in fronte/retro e in bianco/nero. L'obiettivo prefissatosi 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.

Materiali utilizzati per peso e volume

Materiali non rinnovabili		VITTORIA ASSICURAZIONI - SEDE	
Anno	2019	2018	UdM
Numero di risme di carta	5.459	7.810	risme
Carta in Kg	13.873	19.707	Kg
Toner	283	704	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 dal 2019 anche umido; a tale scopo negli uffici e negli spazi comuni, quali "printer corner", area break e palestra, sono presenti i cestini

adatti.

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; dalla fine del 2019 si sta sviluppando un progetto per l'utilizzo di pile ricaricabili. I toner e i neon, invece, 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 materiale, identificata dal Gruppo Vittoria attraverso l'analisi di materiali, 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	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	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 (2016)

Indicatore GRI	Note	Pag.
PROFILO DELL'ORGANIZZAZIONE		
102 - 01	Nome dell'Organizzazione	2
102 - 02	Principali marchi, prodotti e/o servizi	76-79
102 - 03	Sede del quartier generale dell'organizzazione	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 6-7
102 - 05	Assetto proprietario e forma legale	2
102 - 06	Mercati serviti (includendo analisi geografica, settori serviti, tipologia di consumatori/beneficiari)	71, 77-79
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	96
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 Proviviri 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. 94-95
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	5



General standard disclosure

Indicatore GRI	Note	Pag.
ETICA E INTEGRITÀ		
102 - 16	Descrizione dei valori, principi, standard e norme di comportamento dell'Organizzazione	19-20, 30
GOVERNANCE		
102 - 18	Struttura di Governance dell'Organizzazione	30-34
102 - 22	Composizione del più alto organo di governo e dei suoi comitati	30-34
COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER		
102 - 40	Elenco dei gruppi di stakeholder con cui l'Organizzazione entra in contatto	11
102 - 41	Accordi di contrattazione collettiva	54
102 - 42	Criteri utilizzati per identificare e selezionare i principali stakeholder	11
102 - 43	Approccio dell'Organizzazione all'attività di stakeholder engagement	7-9
102 - 44	Aspetti chiave emersi dall'attività di stakeholder engagement e modalità con la quale l'Organizzazione ha risposto a tali aspetti	8-9
REPORTING PRACTICE		
102 - 45	Entità incluse nel Bilancio Consolidato	6-7
102 - 46	Processo per la definizione del contenuto del report e degli aspetti materiali	6-7
102 - 47	Identificazione degli aspetti materiali	8-9
102 - 48	Modifiche di informazioni contenute nei precedenti report	6-7; 70; 85; 106
102 - 49	Cambiamenti significativi in termini di temi materiali e loro perimetro	6-7
102 - 50	Periodo di rendicontazione	6-7
102 - 51	Data di pubblicazione del report più recente	6-7
102 - 52	Periodicità della rendicontazione	6-7
102 - 53	Contatti per informazioni sul report	6-7
102 - 54	Opzione GRI scelta dall'organizzazione per il report	6-7
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
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	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 Assiorvieto in cui operano 13 dipendenti (2,4% sul totale del Gruppo)		
ENERGIA			
Tematica materiale: Impatti ambientali			
Approccio manageriale			
103 - 1	Spiegazione dei temi materiali e perimetro	102-104,108	
103 - 2	Approccio di Gestione alla tematica	102-104	
103 - 3	Valutazione dell'approccio di gestione alla tematica	102-104	
Indicatori			
302 - 1	Consumo di energia all'interno dell'Organizzazione	104	
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 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. Per il calcolo delle emissioni 2018 sono stati utilizzati i coefficienti delle seguenti fonti: Italian Greenhouse Gas Inventory 1990 –2016– National Inventory Report 2018 Annex 6 National Emission Factors – Istituto Superiore per la Protezione e la Ricerca Ambientale (ISPRA); AIB - European Residual Mixes 2017 (Vers. 1.13)	106
305 - 2	Emissioni indirette di gas serra (Scope 2)		106
COMPLIANCE AMBIENTALE			
Tematica materiale: Governance e Compliance			
Approccio manageriale			
103 - 1	Spiegazione dei temi materiali e perimetro	106	
103 - 2	Approccio di Gestione alla tematica	106,108	
103 - 3	Valutazione dell'approccio di gestione alla tematica	106	

Specific standard disclosure

Indicatore GRI	Note	Pag.
CATEGORIA AMBIENTALE		
I dati ambientali non ricomprendono i dati delle sedi di Aspevi Firenze e Assiorvieto in cui operano 13 dipendenti (2,4% 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 2019 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		50,108
103 - 2 Approccio di Gestione alla tematica		50
103 - 3 Valutazione dell'approccio di gestione alla tematica		50
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		52-53
GESTIONE DELLE RELAZIONI CON I LAVORATORI		
Tematica materiale: Benessere ed equilibrio vita-lavoro		
Approccio manageriale		
103 - 1 Spiegazione dei temi materiali e perimetro		54,108
103 - 2 Approccio di Gestione alla tematica		54
103 - 3 Valutazione dell'approccio di gestione alla tematica		54
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.	54



Specific standard disclosure

Indicatore GRI	Note	Pag.
CATEGORIA SOCIALE		
SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO 2018		
Tematica materiale: Salute e sicurezza dei lavoratori		
Approccio manageriale		
103 - 1	Spiegazione dei temi materiali e perimetro	67,69,108
103 - 2	Approccio di Gestione alla tematica	67,69
103 - 3	Valutazione dell'approccio di gestione alla tematica	67,69
Indicatori		
403-1	Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	67-69
403-2	Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	67-69
403-3	Servizi di medicina del lavoro	67-69
403-4	Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro	67-69
403-5	Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	67-69
403-6	Promozione della salute dei lavoratori	67-69
403-7	Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali	67-69
403-9	Infortunati sul lavoro	70
LAVORO		
FORMAZIONE E ISTRUZIONE		
Tematica materiale: Valorizzazione e crescita		
Approccio manageriale		
103 - 1	Spiegazione dei temi materiali e perimetro	55-59,108
103 - 2	Approccio di Gestione alla tematica	55-59
103 - 3	Valutazione dell'approccio di gestione alla tematica	55-59
Indicatori		
404-1	Ore medie di formazione annue per dipendente per genere e per categoria di dipendenti	55
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	62
405-2	Rapporto tra lo stipendio medio e la retribuzione media dei dipendenti donne rispetto a quello dei dipendenti uomini per categoria professionale	62-64
NON DISCRIMINAZIONE		
Tematica materiale: Benessere ed equilibrio vita-lavoro		
Approccio manageriale		
103 - 1	Spiegazione dei temi materiali e perimetro	108
103 - 2	Approccio di Gestione alla tematica	50-52
103 - 3	Valutazione dell'approccio di gestione alla tematica	50-52
Indicatori		
406-1	Casi di discriminazione e azioni di risoluzione intraprese	Nel corso del 2019 non si sono registrati casi di non conformità
SOCIETÀ		
MARKETING ED ETICHETTATURA		
Tematiche materiali: Centralità del cliente; Collaborazioni commerciali		
Approccio manageriale		
103 - 1	Spiegazione dei temi materiali e perimetro	71-75,108
103 - 2	Approccio di Gestione alla tematica	71-75
103 - 3	Valutazione dell'approccio di gestione alla tematica	71-75
Indicatori		
417-2	Casi di non conformità relativi alla comunicazione commerciale	Nel corso del 2019 non sono stati ricevuti reclami per violazioni della privacy e della perdita dei dati di clienti.

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	71-75,108
103 - 2	Approccio di Gestione alla tematica	71-75
103 - 3	Valutazione dell'approccio di gestione alla tematica	71-75
Indicatori		
418-1	Numero di reclami relativi alla violazione della privacy e alla perdita dei dati dei Clienti	
COMPLIANCE SOCIO ECONOMICA		
Tematica materiale: Governance e Compliance		
Approccio manageriale		
103 - 1	Spiegazione dei temi materiali e perimetro	30-39,108
103 - 2	Approccio di Gestione alla tematica	30-39
103 - 3	Valutazione dell'approccio di gestione alla tematica	30-39
Indicatori		
419-1	Valore monetario delle multe e numero totale delle sanzioni non monetarie per violazione delle leggi e dei regolamenti	39

RELAZIONE DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE

Deloitte.

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

Tel: +39 02 83322111
Fax: +39 02 83322112
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 2019 predisposta ex art. 4 del Decreto e approvata dal Consiglio di Amministrazione in data 7 aprile 2020 (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 nel 2016 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 Bologna Brescia Cagliari Firenze Genova Milano Napoli Padova Parma Roma Torino Treviso Udine Verona

Sede Legale: Via Tortona, 25 - 20144 Milano | Capitale Sociale Euro 10.328.220,00 i.v.
Codice Fiscale/Registro delle Imprese Milano n. 03049560166 - REA Milano n. 1720239 | Partita IVA IT 03049560166

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.



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 dai 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 *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 a 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 visite in loco 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 2019 non sia stata redatta, in tutti gli aspetti significativi, in conformità a quanto richiesto dagli articoli 3 e 4 del Decreto e dai "Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards" definiti nel 2016 dal GRI - *Global Reporting Initiative*.

DELOITTE & TOUCHE S.p.A.



Alessandro Grazioli
Socio

Milano, 10 aprile 2020



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

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.

