



Vittoria
Assicurazioni

2021

BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2021

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

INDICE

	PREMESSA	02
	IL GRUPPO VITTORIA	03
	LETTERA DEL PRESIDENTE E DELL'AMMINISTRATORE DELEGATO	04
	NOTA METODOLOGICA	06
	I NOSTRI STAKEHOLDER	10
<hr/>		
1.	UNA STORIA DI VALORI	
	LA NOSTRA STORIA	20
	LA NOSTRA IDENTITÀ E I NOSTRI VALORI	23
	GLI HIGHLIGHTS DI GRUPPO	25
	LA NOSTRA STRATEGIA	26
<hr/>		
2.	LA NOSTRA GOVERNANCE	
	LA GOVERNANCE RESPONSABILE	32
	IL SISTEMA DI CONTROLLO INTERNO E DI GESTIONE DEI RISCHI	36
	MODELLO DI ORGANIZZAZIONE E GESTIONE D.Lgs. 231/2001	38
	ANTIRICICLAGGIO E ANTICORRUZIONE	38
	I RAPPORTI CON LE AUTORITÀ DI VIGILANZA	39
<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	52
	CLIENTI	76
	AGENTI E INTERMEDIARI	91
	PARTNER COMMERCIALI E PROFESSIONALI	98
	TERRITORIO E COLLETTIVITÀ	101
<hr/>		
5.	SOSTENIBILI PER SCELTA	
	L'ATTENZIONE AGLI IMPATTI AMBIENTALI	108
	PERIMETRO D'IMPATTO DELLE TEMATICHE RILEVANTI	116
	TABELLA DEGLI INDICATORI GRI	117
	RELAZIONE DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE	125

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 assicurati-

vi 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 nazionale attraverso una capillare organizzazione commerciale con oltre 400 Agenzie.

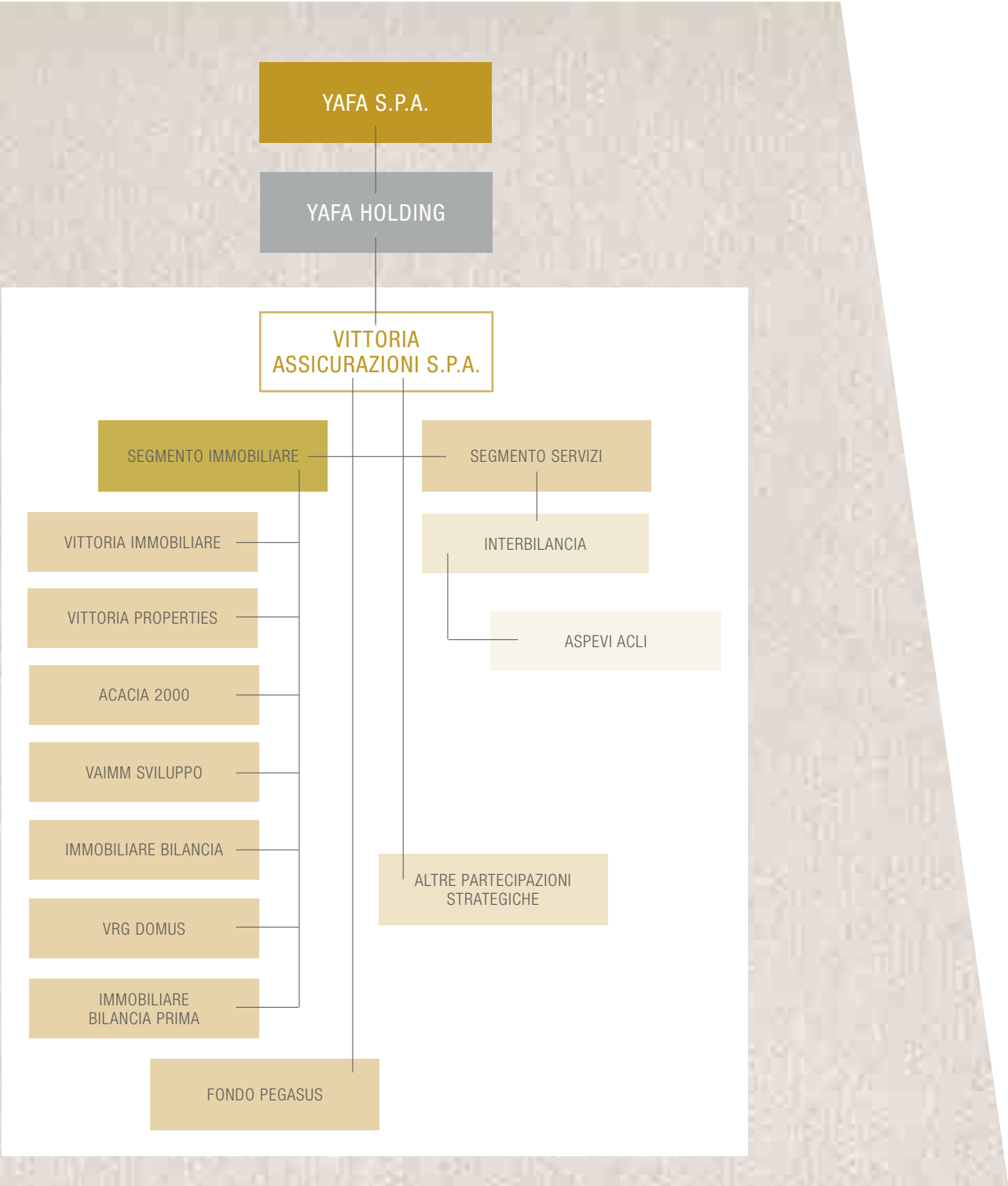
Il Gruppo opera anche nell'ambito del settore immobiliare, at-

traverso le sue controllate che detengono asset destinati alla vendita e alla locazione, sia ad uso residenziale che terziario.

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



IL GRUPPO VITTORIA



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

LETTERA DEL PRESIDENTE E DELL'AMMINISTRATORE DELEGATO

Il 2021 è stato per noi un anno di significativa rilevanza che ha visto la celebrazione del nostro Centenario: da quel lontano 21 settembre 1921 ci separano 100 anni che testimoniano la costante cura, professionalità e solidità che ci caratterizzano e che hanno guidato il nostro percorso di crescita.

Un percorso aziendale costellato da molteplici successi che ci hanno permesso di consolidare la presenza nel panorama assicurativo italiano e che attribuiamo alle persone della nostra comunità: dipendenti, agenti e collaboratori, azionisti e partner commerciali, che quotidianamente operano in Vittoria e ne rappresentano i valori.

Ed è proprio alla nostra vasta comunità che abbiamo riser-

vato un messaggio speciale di gratitudine espresso attraverso un'importante pianificazione pubblicitaria. Per la prima volta, infatti, abbiamo realizzato una campagna istituzionale intitolata "The Community" e una campagna di affissione nominata "Grazie 100" volta non solo a riconoscere il valore personale del singolo, ma anche a rafforzare il sentimento di inclusione che si manifesta nella partecipazione attiva e nella solidarietà reciproca.

Nel settembre 2021 abbiamo festeggiato una storia di grandi traguardi, un presente tecnologicamente innovativo e un futuro sempre più sostenibile.

Siamo già pronti a guardare al domani e ad affrontare le sfide, i cambiamenti e le evoluzioni che il futuro ci riserva. Vari gli

obiettivi da raggiungere nel breve e lungo termine, tra questi e l'incremento del portafoglio clienti e il piano di sviluppo che comprende principalmente un riequilibrio tra RC-Auto – che non perde la sua rilevanza – e Rami Elementari, attraverso la proposta di nuove coperture agli assicurati grazie all'ampliamento dell'attuale catalogo prodotti con soluzioni aggiuntive.

In questo scenario si inserisce anche il consolidamento della nuova strategia di offerta "Vittoria con te", un nuovo modello non solo di gestione delle polizze, ma anche e soprattutto delle esigenze assicurative del cliente. "Vittoria con te" si presenta come un sistema per gestire tutte le esigenze assicurative del cliente in un unico rapporto contrattuale. La solu-



zione è stata pensata e realizzata per semplificare l'accesso e la comprensione della documentazione e offrire all'assicurato una formula personalizzata e flessibile. Al business si affianca, infine, un rafforzamento della presenza sul territorio che oggi conta circa 500 agenzie sparse lungo tutta la Penisola e oltre 5.000 collaboratori – numeri destinati a crescere grazie a dei progetti specifici ideati dalla società.

Essendo consapevoli della maggiore rilevanza della tecnologia nella proposta assicurativa del domani, ci poniamo l'obiettivo di presentare al mercato un'offerta dal profilo sempre più innovativo e all'avanguardia. Un processo di evoluzione che ha portato al lancio di "CasAttiva",

una copertura insurtech multirischio a tutela dell'ambiente domestico e delle persone che lo abitano, che ha ottenuto da "MF Innovazione Award 2021" e da "Insurance Connect Award 2021" il premio come migliore soluzione assicurativa all'interno della categoria "Famiglia e Abitazione".

Questi valori, che contribuiscono a ispirare il processo di sviluppo insieme a sostenibilità, solidità e costante ricerca di innovazione, ci vengono riconosciuti anche dal mercato: nel marzo 2021 l'App My Vittoria si è aggiudicata il premio "OF Miglior App Assicurazioni Auto 2021" per il terzo anno consecutivo.

Nel dicembre 2021 Vittoria viene premiata dall'Associazione Liber quale protagonista della migliore Italia per il prezioso contributo recato alla crescita del nostro Paese, con il prestigioso riconoscimento "100 ECCELLENZE ITALIANE" sia nella sezione "Partner d'eccellenza" sia nella sezione "Storie d'eccellenza".

Questo siamo noi: una Compagnia con radici ben ancorate nel passato, perfettamente conscia delle tematiche che modellano e influenzano il presente, capace di guardare al futuro ancora tutto da scoprire.

Andrea Acutis

PRESIDENTE



Cesare Caldarelli

AMMINISTRATORE DELEGATO



NOTA METODOLOGICA

Il presente documento rappresenta la quinta 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 2021 (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 contenuta nel presente documento. Inoltre, come previsto dall’Art.5 del D.Lgs. 254/16 il presente documento costituisce una relazione distinta contrassegnata con apposita dicitura al fine di ricondurla alla Dichiarazione Consolidata di Carattere Non Finanziario prevista dalla normativa. Considerato il contesto operativo, l’area geografica, la tipologia di servizi offerti, le categorie di personale

impiegato e le tipologie di forniture del Gruppo Vittoria, il tema del rispetto dei diritti umani non viene considerato materiale, in quanto non espone la società a rischi significativi. Si segnala infatti che il Gruppo Vittoria opera in base ad un Codice Etico volto a riconoscere e rispettare la dignità personale, la sfera privata ed i diritti della personalità di qualsiasi individuo. In base a tale codice si promuove una condotta eticamente corretta, responsabile ed equa per tutti coloro che operano a vario titolo con il Gruppo. Nel corso del 2021 non sono state segnalate violazioni al codice. Inoltre, si segnala che a seguito dell’analisi di rilevanza dei temi previsti dall’Articolo 3 del De-



creto Legislativo 254/2016 le seguenti tematiche non sono state ritenute significative ai fini della rappresentazione all'interno della presente DNF: consumi idrici ed emissioni di altri inquinanti oltre ai gas ad effetto serra. La presente DNF è stata redatta in conformità ai "Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards" definiti nel 2016 dal Global Reporting Initiative (GRI), secondo l'opzione "in accordance – Core". Per quanto riguarda lo Standard specifico GRI 403 (Salute e sicurezza sul lavoro) è stata adottata la più recente versione del 2018. Inoltre, questo documento ha preso come 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 ulteriormente 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 2021 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 2021.

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



indicate all'interno del presente documento. Al fine di permettere la comparabilità dei dati nel tempo, è stato effettuato il confronto con i dati relativi all'anno 2020 e la periodicità di questa pubblicazione è impostata secondo una frequenza annuale, ai sensi delle disposizioni del D.Lgs. 254/16. Inoltre, al fine di garantire una corretta rappresentazione delle performance e l'attendibilità dei dati, è stato limitato il più possibile il ricorso a stime che, se presenti, sono fondate sulle migliori metodologie disponibili e opportunamente segnalate. Il Gruppo Vittoria ha previsto un percorso di miglioramento continuo su alcuni degli aspetti di sostenibilità, al fine di aderire sempre più a quanto previsto dalle best practice di settore. A partire dal 2018, il Gruppo ha affinato il processo volto a regolamentare i principi guida, l'architettura organizzativa e i flussi alla base del processo di produzione della DNF e del processo di analisi

delle esigenze dei vari stakeholder. Il Gruppo ha proseguito la promozione e la diffusione di documenti "paperless" ed ha effettuato una mappatura più generale dei rischi operativi includendo anche i rischi legati ad aspetti ambientali e sociali. La funzione di Risk Management, nell'ambito del sistema di gestione dei rischi operativi, ha definito e identificato degli indicatori e dei valori obiettivo. Tali rischi, catalogati da Vittoria Assicurazioni adottando la classificazione EBA, ricomprendono anche i rischi sociali e ambientali.

Per il Bilancio di Sostenibilità 2021 viene introdotto un nuovo tema materiale, gli Investimenti Sostenibili, tema che integra la matrice di materialità del precedente esercizio, riflettendo i valori e le iniziative promosse da Vittoria in ambito sociale, ambientale e d economico.

Nel corso del 2022 il Gruppo prevede di continuare a portare

avanti campagne di marketing e attività mirate al coinvolgimento dei clienti, per rispondere in modo ottimale alle loro richieste nello sviluppo di nuovi prodotti e servizi, garantendo così una sempre maggiore centralità di tali stakeholder.

Il presente documento è stato approvato dal Consiglio di Amministrazione di Vittoria Assicurazioni S.p.A. il 23 marzo 2022 e, secondo quanto previsto dal D.Lgs. 254/2016, sottoposto a giudizio di conformità da parte della società di revisione KPMG S.p.A.. La verifica è stata svolta secondo le procedure indicate nella "Relazione della società di revisione", riportata in calce al documento. La Dichiarazione è pubblicata nel sito istituzionale della Società nella sezione Investor Relations\Bilancio di Sostenibilità. Richieste di informazioni relative alla DNF possono essere inviate al seguente indirizzo: IR@vittoriaassicurazioni.it

TEMI MATERIALI E SDGs

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

si rimanda per approfondimenti. In coerenza con il GRI – Global Reporting Initiative, i temi ritenuti materiali dal Gruppo e dagli Stakeholder sono stati rappresentati in una matrice di materialità che riflette il trend identificato negli anni precedenti, attraverso un processo articolato in quattro fasi:

1. individuazione degli stakeholder;
2. attività di benchmark con i principali competitor del settore di riferimento;
3. valutazione di nuovi temi rispetto agli anni precedenti;
4. analisi delle tematiche di sostenibilità più rilevanti attraverso una ricerca di materialità interna ed esterna.

Per il Bilancio di Sostenibilità 2021 viene introdotto un nuovo tema materiale, gli Investimenti Sostenibili, tema che integra la matrice di materialità del precedente esercizio, riflettendo i valori e le iniziative promosse da Vittoria in ambito sociale, ambientale ed economico.

ANIA

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

Tra gli organi direttivi di Ania figurano il dott. Carlo Acutis, come presidente del Collegio Dei Provvisori, 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 "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 20 bilanci complessivi, di cui 10 relativi ad imprese italiane, tra cui Vittoria Assicurazioni, e 10 straniere.

L'evidenza di questa analisi si propone principalmente di:

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

I NOSTRI STAKEHOLDER

Attenzione nei confronti dei nostri stakeholder

Vittoria mantiene un dialogo

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

Il rapporto con i diversi stakeholder si concretizza con

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

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



Canali di comunicazione, partecipazione e dialogo

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

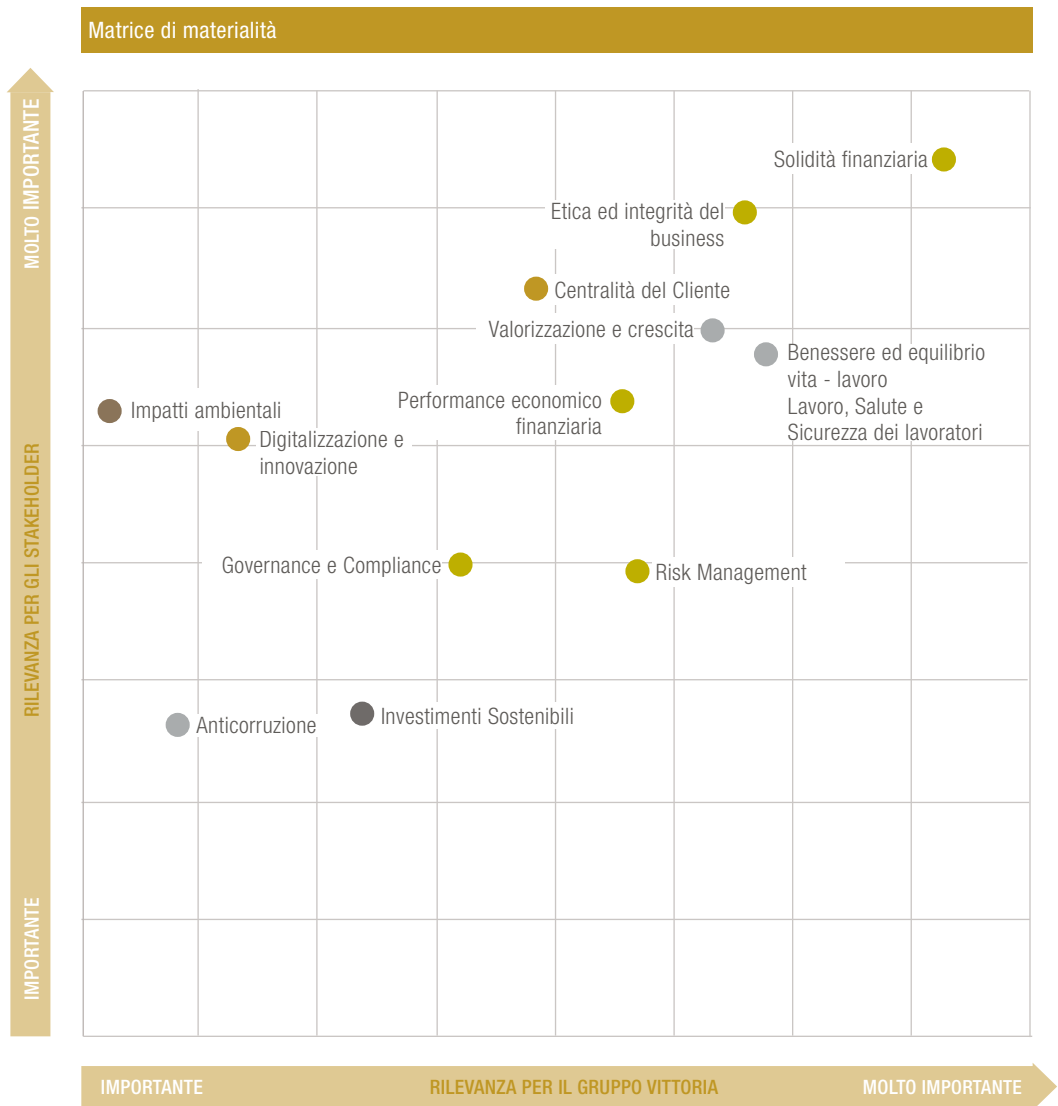
DIPENDENTI	<ul style="list-style-type: none"> ▲ Portale "Vittoria People"
CLIENTI	<ul style="list-style-type: none"> ▲ Servizio clienti ▲ Area Riservata ▲ App MyVittoria
AZIONISTI E INVESTITORI	<ul style="list-style-type: none"> ▲ Sito web aziendale ▲ Assemblea generale degli azionisti ▲ Servizio Investor Relations
AGENTI E INTERMEDIARI	<ul style="list-style-type: none"> ▲ Portale interno ▲ Sessioni di formazione ▲ Canale Reclami ▲ App aziendale
PARTNER E FORNITORI	<ul style="list-style-type: none"> ▲ Incontri periodici ▲ Sito web aziendale
TERRITORIO E COLLETTIVITÀ	<ul style="list-style-type: none"> ▲ Canali social ▲ Partecipazione a eventi sportivi e culturali ▲ Sostegno a progetti di inclusione sociale

LA MATRICE DI MATERIALITÀ

Il lavoro svolto negli anni precedenti ha permesso di individuare le tematiche rilevanti per il Gruppo e per gli stakeholder; ad eccezione dell'ingresso del tema degli Investimenti Sostenibili, queste tematiche si riconfermano anche per il 2021,

in quanto rappresentazione fedele della situazione che caratterizza il settore assicurativo in cui la Compagnia opera e dei valori alla base delle iniziative messe in atto da Vittoria sul piano sociale, ambientale ed economico. Tali tematiche,

dall'analisi svolta, risultano fortemente connesse con gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) definiti all'interno dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite. I risultati consolidati hanno portato allo sviluppo della matrice sottostante:





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

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

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



LA NOSTRA MATERIALITÀ

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

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

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

I NOSTRI TEMI MATERIALI	SAUTELE REPERIBILE	SOLIDITÀ FINANZIARIA	PARITÀ DI GENERE	ENERGIA PULITA E ACCESIBILE	LAVORO DIGNITOSO E CRESITA ECONOMICA	INDUSTRIE MATERIALI E INFRASTRUTTURE	CITTA' E COMUNITA' SOSTENIBILI	LUTTA CONTRO IL CAMBIAMENTO CLIMATICO	PAZIENZA BUCCHIERE CITTOBANI PALESE	PARTENARI PER GLI OBIETTIVI
SOLIDITA' FINANZIARIA					●					
ETICA ED INTEGRITA' DI BUSINESS					●					
CENTRALITA' 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				●			●			
INVESTIMENTI SOSTENIBILI							●			



3 SALUTE E BENESSERE



IL BENESSERE PER TUTTI E PER TUTTE LE ETÀ

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

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

4 QUALITÀ DI ISTRUZIONE



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

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

AZIONI: Vittoria è da sempre impegnata nella formazione tecnica e professionale dei propri dipendenti e della propria rete agenziale; la Fondazione Carlo Acutis, supportata dal Gruppo Vittoria e dalla Capogruppo Yafa S.p.A., ha lanciato una serie di iniziative a supporto di studenti in difficoltà.

5 PARITÀ DI GENERE



RAGGIUNGERE LA PARITÀ DI GENERE

Vittoria garantisce la tutela e il rispetto dei diritti delle persone, senza alcun tipo di discriminazione.

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

7 ENERGIA PULITA E ACCESSIBILE



ENERGIA PULITA E ACCESSIBILE

Lavoriamo per assicurare a tutti l'accesso a sistemi di energia economici, affidabili, sostenibili e moderni.

AZIONI: mettiamo in atto iniziative di risparmio energetico e offriamo specifiche coperture assicurative dedicate alle energie rinnovabili, con soluzioni che coprono i danni agli impianti fotovoltaici e solari.



8 LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA



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

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

AZIONI: nel 2021 abbiamo maturato un utile netto di 103,1 milioni di euro e abbiamo distribuito un valore economico pari a 484,0 milioni di euro.

9 IMPRESE INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE



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

La nostra sede utilizza un impianto fotovoltaico che cerca di compensare l'energia consumata con quella prodotta, ricerchiamo da sempre tecnologie pulite e sostenibili. Il Gruppo punta ad una sempre maggiore digitalizzazione dei documenti relativi al ciclo di gestione dell'attività assicurativa, con l'obiettivo di ridurre gli impatti negativi sull'ambiente.

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

11 CITTÀ E COMUNITÀ SOSTENIBILI



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

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

AZIONI: il Gruppo ha avuto un ruolo attivo e concreto nel progetto di riqualificazione urbana dell'area Portello di Milano. Vittoria Assicurazioni è partner ufficiale del Touring Club Italiano, che opera sul nostro territorio con l'obiettivo di promuovere e valorizzare il turismo, la cultura e l'ambiente, condividendo con il Gruppo l'amore per il nostro Paese.

13 LOTTA CONTRO IL CAMBIAMENTO CLIMATICO



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

Vittoria pone sempre maggiore attenzione agli impatti ambientali e alla transizione verso un'economia a basse emissioni di carbonio.

AZIONI: Vittoria Assicurazioni ha deciso di adottare un approccio sostenibile all'investimento, integrando alcuni fattori ambientali e sociali nel proprio processo decisionale di selezione e gestione di alcune classi di attività, al fine di garantire che vari fattori relativi a rischio e rendimento, sia a livello finanziario che non finanziario, vengano presi in considerazione generando performance sostenibili e di lungo periodo.

Prosegue l'impegno verso la digitalizzazione delle operazioni, finalizzata alla riduzione di consumi cartacei.

16 PACE, GIUSTIZIA E ISTITUZIONI SOLIDE



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

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

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

17 PARTNERSHIP PER GLI OBIETTIVI

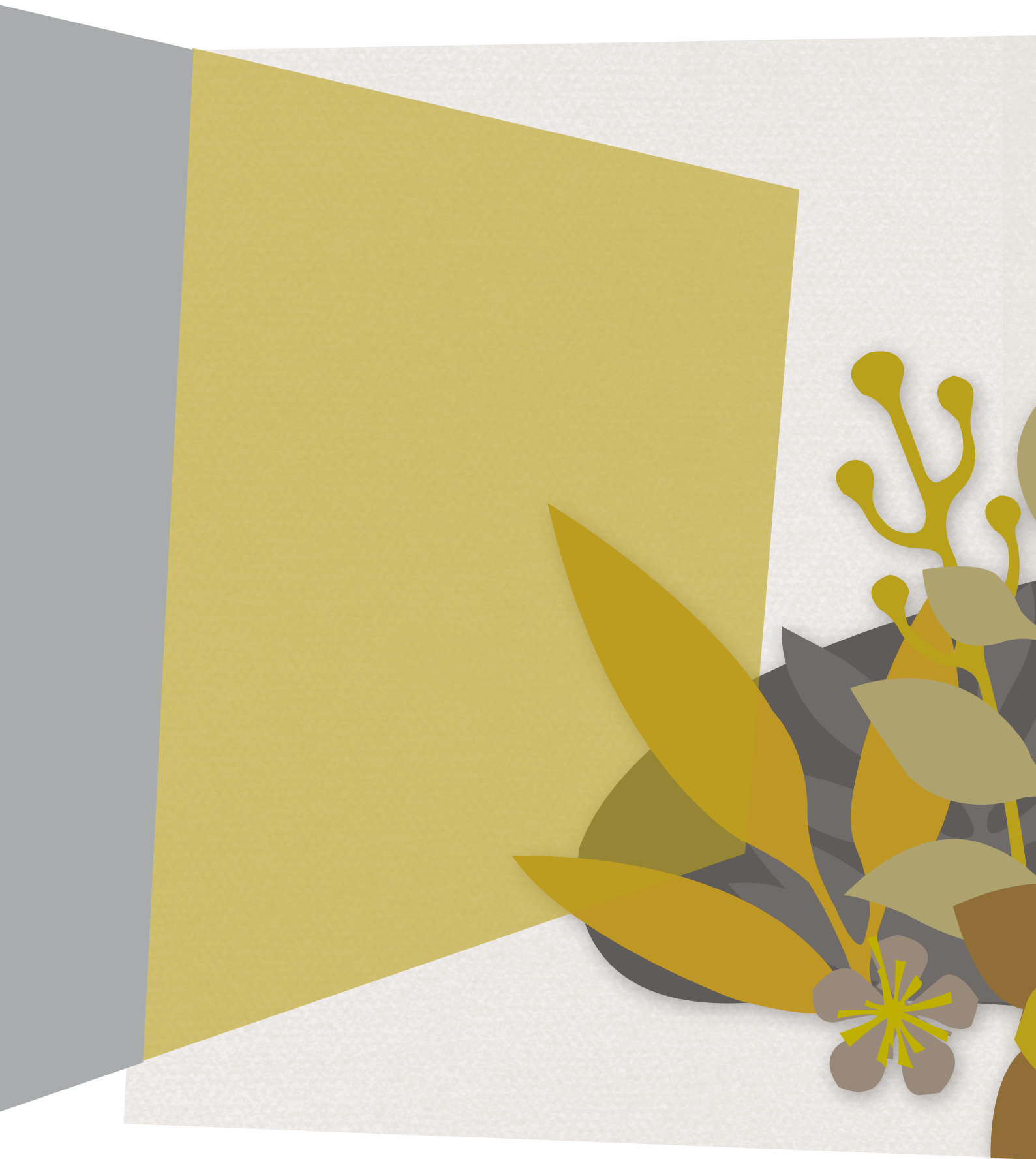


RAFFORZARE GLI OBIETTIVI E COLLABORARE CON PARTNER VALIDI PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE

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

AZIONI: a dicembre 2021 nasce Aspevi Acli, la nuova società di servizi fondata da Acli (Associazioni Cristiane Lavoratori Italiani) e Vittoria Assicurazioni, con l'obiettivo di fornire al mondo Acli le soluzioni assicurative ideate da Vittoria. Una vicinanza alle persone, che si traduce sia nella prossimità fisica che nella cura e nella dedizione che caratterizzano i servizi erogati dall'Associazione.







UNA STORIA
DI VALORI

LA NOSTRA STORIA

2021	Anno del Centenario
2020	Partecipa alla costituzione della "Fondazione Carlo Acutis – ONLUS"
2019	Costituzione di un incubatore in ambito Insurtech, dedicato alla Open Innovation
2018	Le azioni della Società vengono revocate dalla quotazione dal 28 settembre 2018
2017	Redige il primo Bilancio di Sostenibilità
2015	Avvia un progetto sulla rete di vendita per la diffusione di modelli Agenziali più in linea con le esigenze del mercato e dei Clienti: l'"Agenzia Snella"
2013	Supera l'ambizioso obiettivo di 400 Agenzie su tutto il territorio italiano
2012	Supera i 1.000 milioni di Euro di premi e accresce ulteriormente il numero di Agenzie sul territorio, arrivando a 100 nuove Agenzie in 3 anni
2011	Si insedia nella nuova sede di proprietà in occasione del 90° anniversario dalla fondazione
2009	Introduce un importante programma poliennale di sviluppo della propria rete distributiva
2001	Avvia un progetto di riqualificazione urbanistico e architettonico dell'area Portello a Milano
1998	Supera il traguardo di 1.000 miliardi di Lire di premi
1988	Viene quotata alla Borsa Valori di Milano
1968	Prende l'attuale ragione sociale "Vittoria Assicurazioni S.p.A."
1936	Cambia denominazione in "La Vittoria. Compagnia di Assicurazioni Generali"
1921	Nasce a Cremona la "Italian Excess Insurance Company"

LA NOSTRA IDENTITÀ E I NOSTRI VALORI

L'attività di assicuratore ha un rilevante impatto sociale.

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

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

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

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

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

Ed è tanto più evidente quando ci troviamo di fronte a danni derivanti da eventi atmosferici catastrofici, ormai non più così rari con i cambiamenti climatici in atto. Quando le azioni di prevenzione non si dimostrano sufficientemente efficaci e il

danno assume una consistenza importante, sarà l'indennizzo dell'assicurazione a fare la differenza tra la continuità o il tracollo, per quella famiglia o per quell'azienda.

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 volontà, dei nostri clienti e dei nostri partner, nei nostri confronti, risultante dalla valutazione positiva dei fatti e delle circostanze tale per cui

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

Fedeltà dunque, 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 compo-

nente 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 vogliamo agire di conseguenza, grazie a persone che ci mettono passione, ricercano continuamente l'innovazione e si impegnano, ogni giorno, per fare ogni cosa un po' meglio del giorno precedente.

Vision statement

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

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

e sviluppiamo con loro rapporti di fiducia costanti e duraturi.

Siamo una compagnia orgogliosamente italiana, sul mercato da 100 anni e conosciamo bene il

valore della presenza sul territorio, siamo presenti in tutte le principali piazze Italiane con la nostra rete di oltre 5.000 distributori tra agenti e subagenti.

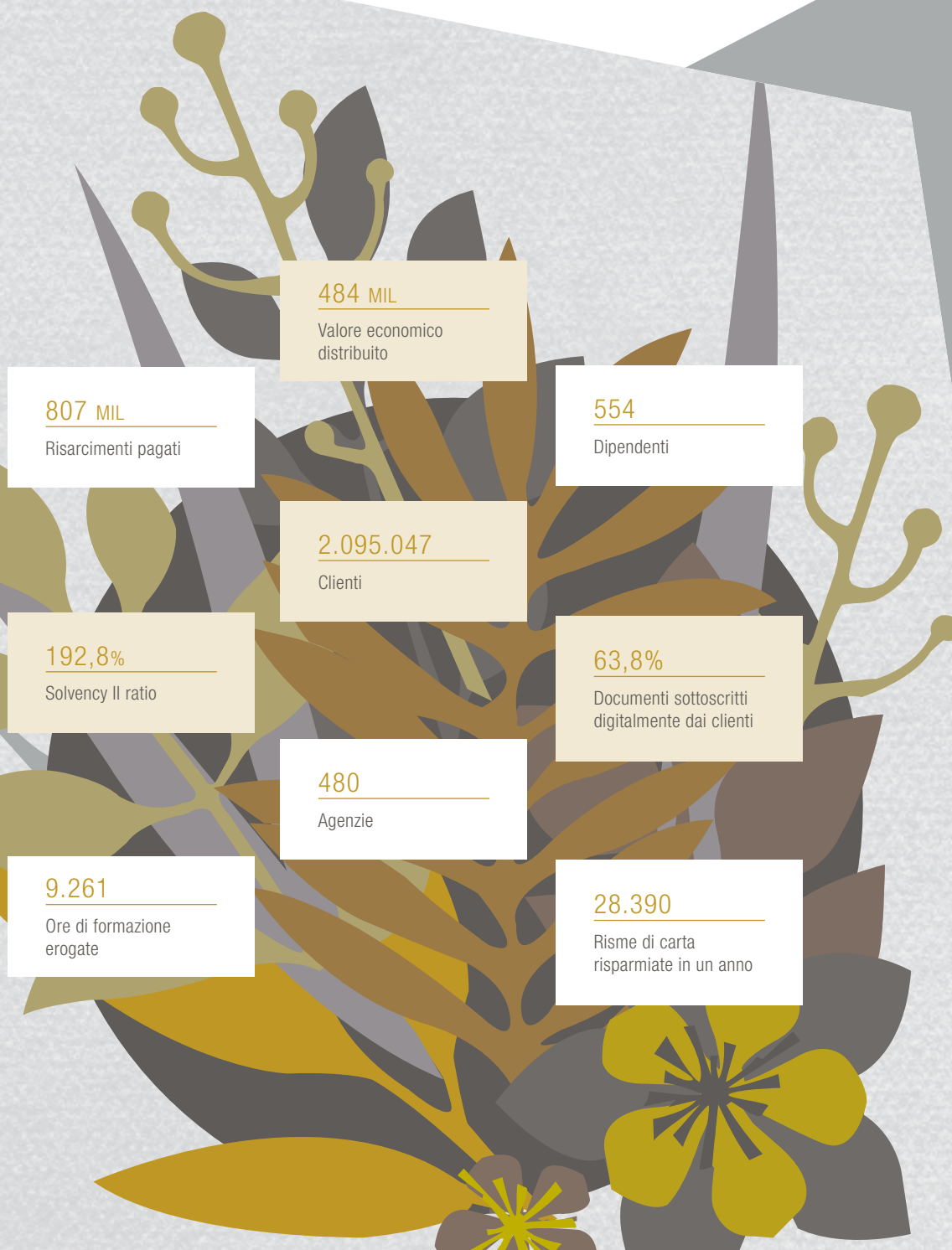


Il nostro Codice Etico: ancora più forza ai nostri valori

Il nostro 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.

GLI HIGHLIGHTS DI GRUPPO



LA NOSTRA STRATEGIA

Definite le linee strategiche di Mission, Vision e Value proposition nel 2019, nel 2020 è stato sviluppato un programma funzionale al raggiungimento degli

obiettivi di sviluppo della Compagnia: sviluppo dei prodotti Rami Elementari e riequilibrio della loro incidenza sul portafoglio complessivo, senza che

ciò implichi una diminuzione in valore assoluto dei premi del comparto auto, che continua a costituire un settore di interesse per i nostri Clienti.



Il programma, avviato nel 2020, ha raggiunto nel corso del 2021 il livello attuativo:

- ▲ la nostra rete distributiva è stata rafforzata sia attraverso un efficientamento dei processi amministrativi, per migliorare di conseguenza le performance commerciali, sia tramite l'introduzione di Specialisti RE a supporto delle trattative, sia tramite l'ampliamento della forza vendita;
- ▲ gli investimenti in tecnologia applicata all'innovazione di prodotto e di processo si sono concretizzati nell'implementazione del nuovo

modello di vendita Vittoria con te e nello sviluppo di soluzioni innovative come Vittoria CasAttiva;

- ▲ la continua revisione del "customer journey", ovvero il percorso che porta il cliente a scegliere il nostro prodotto, con l'obiettivo di migliorare l'esperienza complessiva;
- ▲ la realizzazione di una campagna di comunicazione per la condivisione e la diffusione dei valori e della mission che ci rappresentano;
- ▲ la revisione completa e integrata della nostra presenza nel mondo digital con una

ristrutturazione dei vari canali;

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

Il 2021 non costituisce il punto di arrivo, ma un nuovo inizio dell'evoluzione della Compagnia.



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



E dovremo affrontare le seguenti sfide:



Reputazione del marchio

In occasione del Centenario, Vittoria Assicurazioni ha lanciato la sua prima campagna pubblicitaria, con presenza in TV e affissioni.

Lo spot pubblicitario televisivo recita: "Chi protegge sé stesso, protegge gli altri": un messag-

gio nuovo per il mercato che Vittoria Assicurazioni ha voluto fortemente comunicare per trasmettere ai propri clienti attuali e futuri la solidità, l'affidabilità, l'eccellenza e la serietà di una Compagnia che pone al centro la persona e la sua soddisfazione.

Con "Grazie 100", campagna con oltre 3.300 affissioni in 35 province e città italiane, la

Compagnia ringrazia la vasta comunità che ogni giorno contribuisce al suo successo: clienti, dipendenti, azionisti, partner commerciali, territorio e collettività e un grazie particolare va al profondo impegno e al costante operato della rete agenziale, che diventa la protagonista principale della creatività.

Nuove quote di mercato

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

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

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

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

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

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



Modifica del mix di portafoglio

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

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

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

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

Stiamo adottando strumenti di pagamento inerziale con frazionamenti mensili, per adeguarci alla modalità prevalente adot-

tata da altri settori, che trova il favore del pubblico.

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

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

Viva - Fidelizzazione del Cliente

Per il secondo anno consecutivo Vittoria conferma la presenza del suo innovativo programma

di fidelizzazione, VIVA, un elemento distintivo e differenziante che rende la proposta di Vittoria all'avanguardia nel settore assicurativo. Il programma, oltre a premiare i Clienti ogni qualvolta vengono portate a termine le missioni per la loro protezione con dei punti che si tramutano

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

NPS – Net Promoter Score

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

Nel corso del 2021 si è consolidata l'attività di rilevazione del valore di NPS, ampliando il numero dei touch point considerati strategici nella costruzione della relazione tra il cliente e Vittoria Assicurazioni.

In generale, i questionari erogati hanno avuto due obiettivi:

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

I risultati raccolti continuano a confermare la percezione positiva che i Clienti hanno nei confronti della Compagnia. Infatti, rispetto alle rilevazioni, Vittoria Assicurazioni ha chiuso l'anno 2021 registrando un valore medio di NPS di 40, in aumento di 7 punti rispetto al primo semestre.

Vittoria Hub

La visione industriale contraddistinta da una spinta verso l'innovazione tecnologica ci ha portati alla nascita di Vittoria hub, il primo incubatore Insurtech in Italia dedicato all'Open Innovation inaugurato a fine 2019 che oggi conta 6 start-up incubate. Un progetto voluto da Vittoria per realizzare un'assicurazione del futuro basata su un "ecosistema insurtech" ossia un insieme armonizzato e ben orchestrato di servizi e tecnologie per offrire ai Clienti prevenzione, assistenza e pronto intervento, rimedio e monitoraggio e proporre al mercato un'offerta dal profilo altamente innovativo in grado di coniugare le assicurazioni tradizionali con le ultime tecnologie a disposizione.

Da questa preziosa collaborazione nascerà a breve un nuovo progetto: Vittoria Assicurazioni

offrirà i servizi ideati dalle start-up sia ai clienti – in abbinamento al tradizionale servizio assicurativo – sia ai prospect attraverso un Marketplace dedicato.

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

1. Incubazione - dall'idea a un prototipo con caratteristiche minime ed essenziali per capire la prima risposta e il gradimento del cliente: durata: 3 mesi.
2. Adozione - dal prototipo ad un prodotto perfezionato per convalidare la fattibilità tecnica: durata 3 mesi.
3. Accelerazione – dal prodotto alla diffusione sul mercato: durata 4 mesi.

L'accesso ad ogni fase è soggetto ad una graduatoria di merito redatta da parte del CTS

(Comitato Tecnico di Selezione) di Vittoria, che si basa su criteri imparziali di unicità, innovazione e sostenibilità dei modelli raggiunti e dimostrati da ciascuna startup ad ogni fase di avanzamento.

In questo scenario, si inseriscono le innovazioni tecnologiche oggi a disposizione, che consentono di sviluppare soluzioni evolute e di trasformare profondamente le polizze come tradizionalmente intese.

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



**Insurtech.
Together we grow.**

DICEMBRE 2021

Vhub chiude la sua III C4I con 50 candidature e lancia contemporaneamente sul mercato le prime startup: Ernesto e Medicalbox.

NOVEMBRE 2021

Vittoria hub ospita il Campus Vittoria Assicurazioni. Co-creazione e innovazione in una giornata dedicata.

OTTOBRE 2021

Le Startup di Vhub entrano ufficialmente nella fase di accelerazione sul mercato.

LUGLIO/SETTEBRE 2021

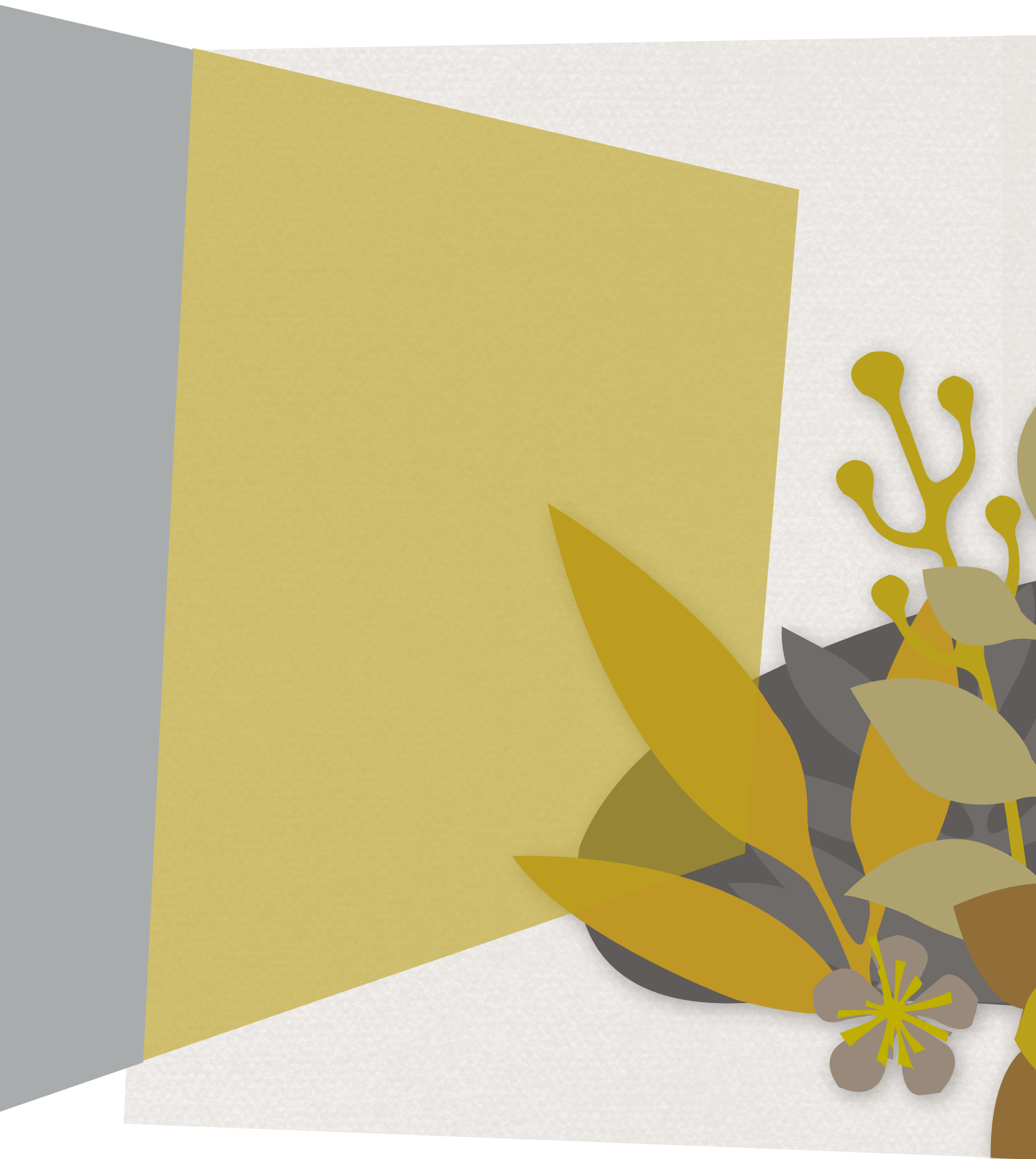
Proseguono i percorsi online di tutte le startup Vhub.

MAGGIO/GIUGNO 2021

Comitato Tecnico e CDA approvano le startup tra le 50 candidate della II C4I che entreranno nel programma VIA2 o come partner di VA

FEBBRAIO 2021

Vhub chiude la sua II call for ideas, mentre le startup della I C4I entrano ufficialmente nella fase di adoption





LA NOSTRA
GOVERNANCE



LA GOVERNANCE RESPONSABILE

Una struttura stabile, garanzia di una gestione trasparente e responsabile

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

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

Inoltre, ad esso è conferita la definizione del processo per la rilevazione, la valutazione attuale e prospettica, il monitoraggio, la gestione e la segnalazione dei rischi, con la facoltà di emanare disposizioni nei confronti delle controllate della Società in materia di governo societario e di controllo e gestione dei rischi. Al 31 dicembre 2021, in linea con lo Statuto Sociale, tale organo risulta essere composto da 12 Amministratori, di cui 6 indipendenti.

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

dato a una società di revisione esterna, attualmente KPMG, in carica fino all'approvazione del bilancio 2029.

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

COMITATO CONTROLLO E RISCHI

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

COMITATO NOMINE E REMUNERAZIONI

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

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

COMITATO STRATEGIE

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

COMITATO FINANZA

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

COMITATO IMMOBILIARE

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

COMITATO PARTI CORRELATE

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

COMPOSIZIONE DEL PIÙ ALTO ORGANO DI GOVERNO E DEI SUOI COMITATI

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

COMPETENZE ETEROGENEE E DIVERSIFICATE AL FINE DI ASSICURARE UN DIBATTITO PRODUTTIVO

COMPETENZE DELL'ORGANO AMMINISTRATIVO

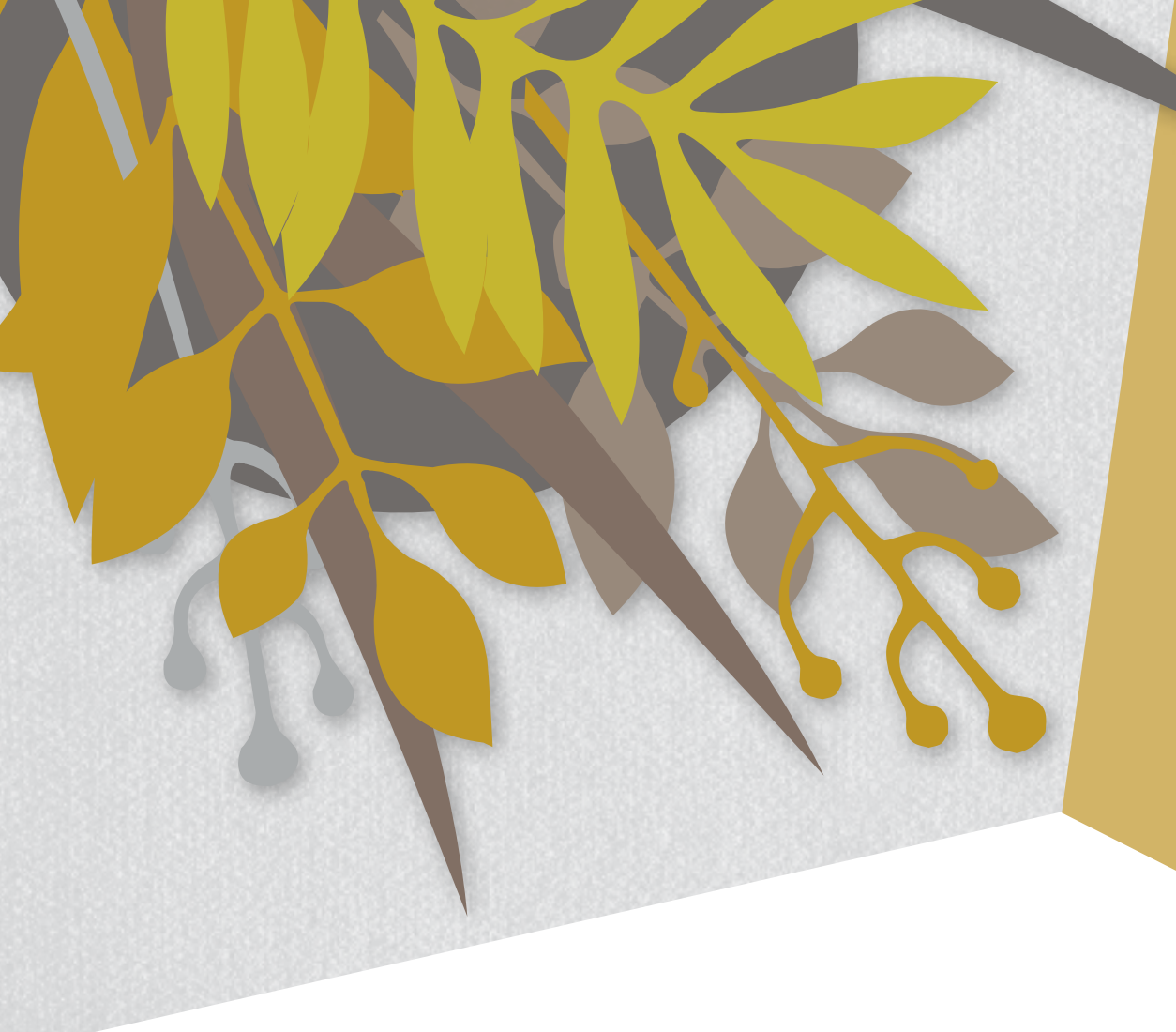
Secondo la politica adottata dal Consiglio di Amministrazione, gli amministratori e le altre figure chiave della Società devono essere in possesso di determinati requisiti in termini di onorabilità, professionalità ed indipendenza. In tal modo, la Compagnia mira ad ottenere una composizione eterogenea,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

LE PRINCIPALI NOVITÀ IN MATERIA DI GOVERNANCE

// Consiglio di Amministrazione: *nomina e composizione*

		Indipendenza		Comitato					
		Esec.	Indip.	Controllo e Rischi	Nomine remunerazioni	Parti correlate	Finanza	Immob.	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	2021		2020	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne
< 30 anni	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
30-50 anni	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
>50 anni	75,0%	25,0%	75,0%	25,0%

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

Politica di sostenibilità

Nel 2021 Vittoria Assicurazioni ha approvato la sua prima politica di sostenibilità nella quale definisce i principi e le linee guida adottati dal Gruppo in materia di sostenibilità.

La Politica persegue i seguenti obiettivi di carattere generale:

- ▲ migliorare il processo di gestione dei temi ESG rilevanti;
- ▲ facilitare il processo di rendicontazione non finanziaria;
- ▲ incrementare il livello di conoscenza e consapevolezza sulle politiche e sui risultati

attesi in merito ai temi ESG rilevanti;

- ▲ diffondere la cultura della sostenibilità.



IL SISTEMA DI CONTROLLO INTERNO E DI GESTIONE DEI RISCHI

La Compagnia adotta un sistema di governance che assicura, coerentemente con i requisiti normativi e regolamentari di settore, una gestione sana e prudente, combinando la redditività dell'impresa con una conscia assunzione dei rischi, caratterizzata da un'operatività corretta e trasparente. Il sistema di governo societario si fonda su due pilastri fondamentali:

- ▲ i) il sistema di gestione dei rischi;
- ▲ ii) il sistema di controllo interno.

Queste due fondamenta, in continuo miglioramento, garantiscono il rispetto degli impegni nei confronti degli assicurati, dei beneficiari e delle controparti, perseguendo la tutela del patrimonio e degli obiettivi strategici di lungo periodo. Il piano strategico viene approvato dal Consiglio di Amministrazione, il

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

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

fronti delle proprie società controllate;

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

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

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

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

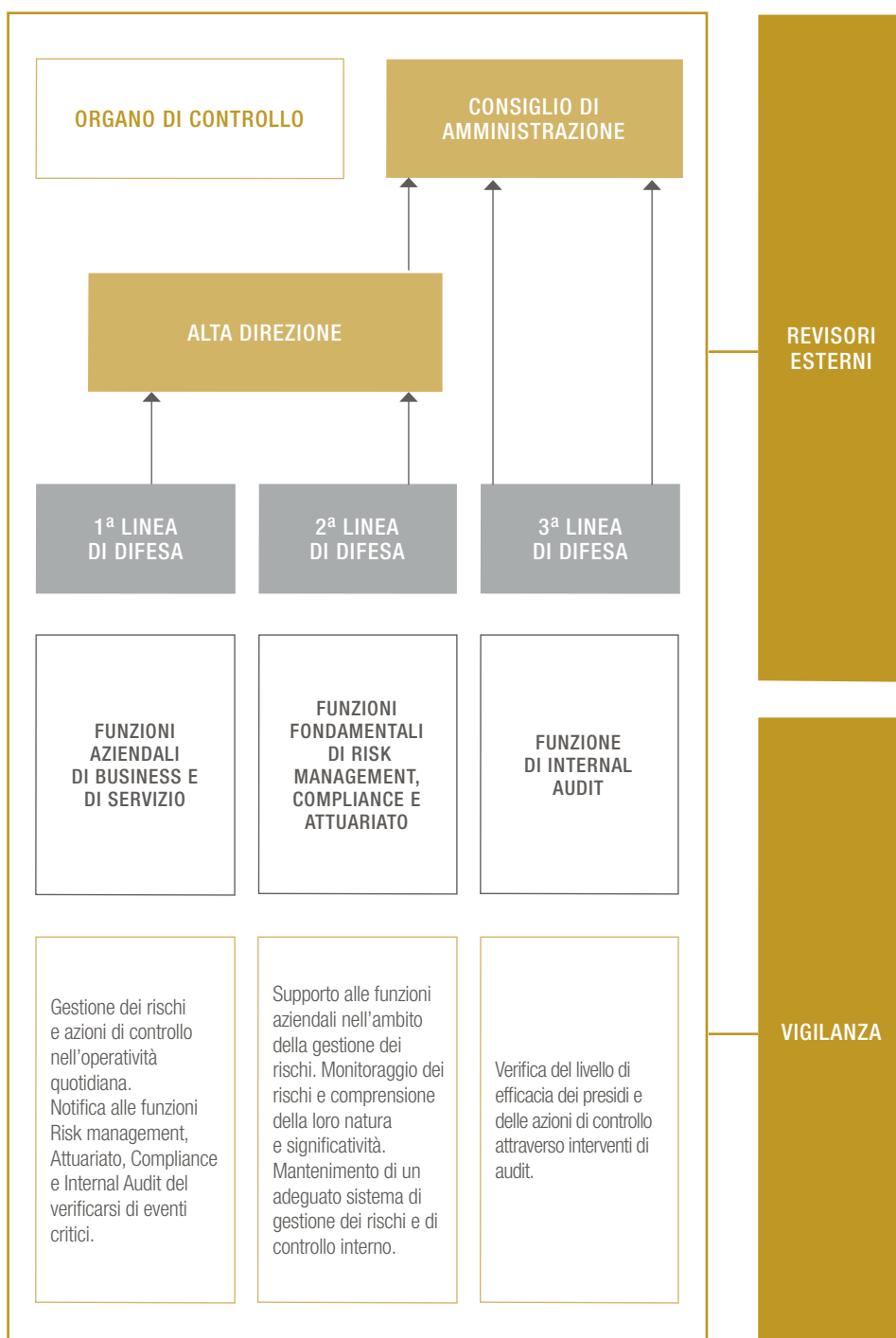
- ▲ i rischi per la salute;

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

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

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

Le tre linee di difesa del sistema di gestione dei rischi e del sistema del controllo interno





ANTICORRUZIONE E ANTIRICICLAGGIO

Modello di organizzazione e gestione D. lgs. 231/2001

Il Modello di Organizzazione e Gestione dei rischi (MOG), predisposto ai sensi del D.lgs. 231/2001, funge da presidio sulla prevenzione dei reati connessi alla corruzione e al riciclaggio 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. Il MOG fa parte del sistema di governo so-

cietario e di gestione dei rischi e, oltre alla funzione principale appena descritta, rivolge una particolare attenzione ai rischi attinenti alla salute, alla sicurezza e all'ambiente. Durante il 2021 non sono intervenute modifiche al Modello di Organizzazione e Gestione dei Rischi.

La struttura del Modello di Organizzazione e Gestione include: la descrizione della normativa di riferimento; la descrizione dei reati compresi nell'ambito del D.Lgs.231/2001. In particolare, il Modello di Organizzazione e Gestione, considerando l'attività svolta dalla società che lo applica, identifica: le aree e i processi sensibili rispetto alle diverse tipologie di reati; l'i-

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

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

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

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

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

RAPPORTI CON LE AUTORITÀ DI VIGILANZA

Alla base dei nostri rapporti con le Autorità di Vigilanza ci sono confronto e dialogo continui. Il rispetto delle normative, lo spirito di collaborazione, oltre che riscontri completi, chiari e tempestivi relativamente a richieste inviate dall'Autorità, hanno

portato ad un decremento delle sanzioni costante nel tempo. L'orientamento alla correttezza e trasparenza della nostra rete liquidativa, uniti alla professionalità e disponibilità della nostra rete Agenziale, ci hanno consentito di risultare una delle

Compagnie con il minor numero di sanzioni del mercato.

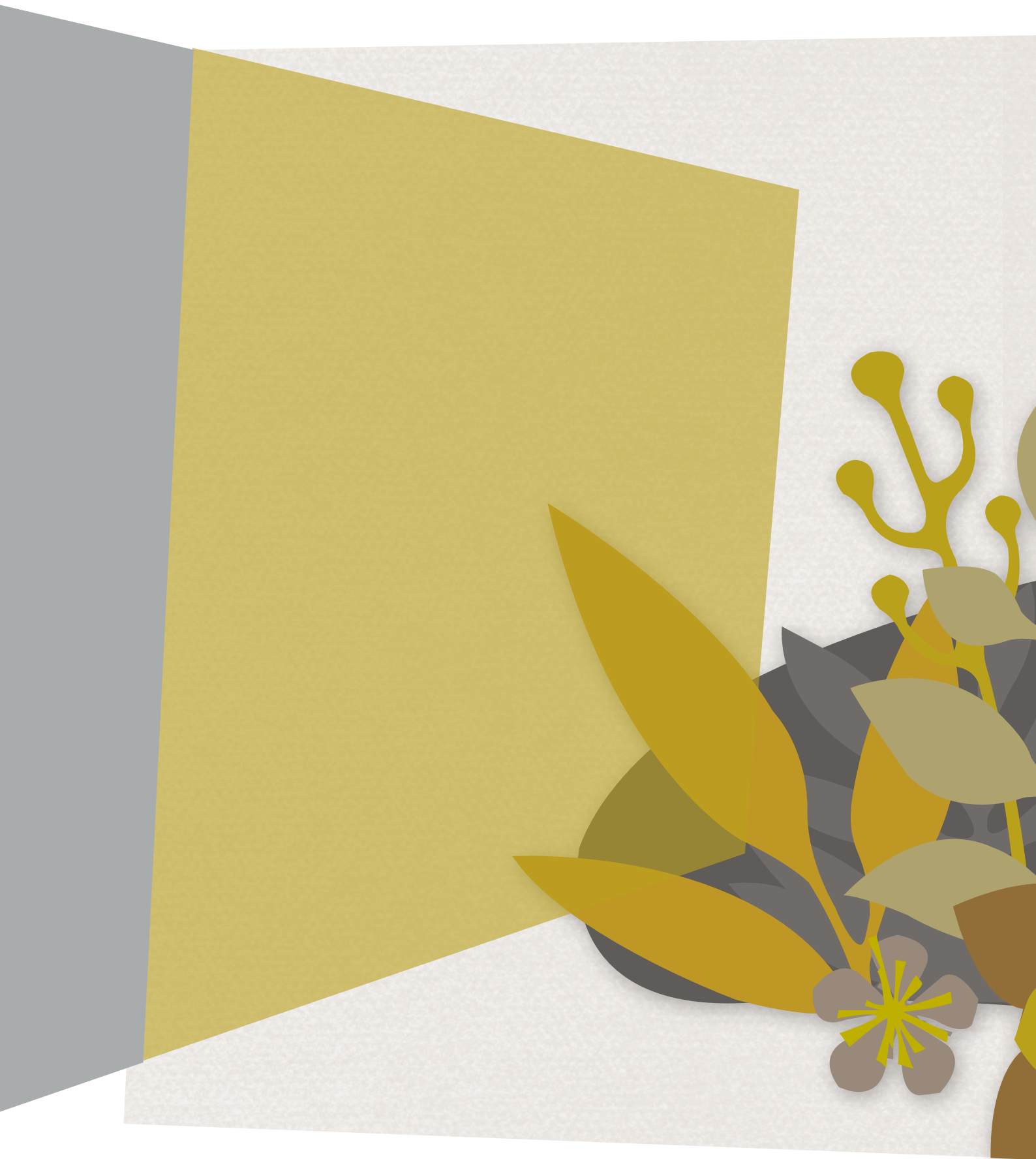
Per il 2021 non si registrano sanzioni, mentre nel 2020 sono state registrate due azioni legali legate a pratiche anticoncorrenziali e antitrust riferite a cause in corso da anni precedenti.

Whistleblowing

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

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

In merito a questa procedura, non sono state rilevate segnalazioni nel corso dell'esercizio 2021.





SOLIDI, STABILI E
RESPONSABILI



SOLIDITÀ ECONOMICA E STABILITÀ FINANZIARIA

101,3 MLN

Utile netto

87,5%

Combined Ratio Conservato

1.516,6 MLN

Raccolta assicurativa

583,2 MLN

Valore economico generato

Fonte: Bilancio Consolidato 2021

Andamento del Gruppo Vittoria

Il bilancio del 100° esercizio si chiude con utile netto di Gruppo pari a 101.313 migliaia di euro, in diminuzione del 8,6% rispetto al risultato dell'esercizio 2020 (110.883 migliaia di euro).

Questo esercizio rappresenta un anno speciale: il 21 settembre 2021 Vittoria Assicurazioni ha celebrato il Centenario della sua fondazione; un traguardo importante, frutto del lavoro svolto in questi anni con le persone che hanno contribuito ai

grandi risultati del Gruppo, in un presente tecnologicamente innovativo e un futuro sempre più sostenibile.

Il 2021 è anche l'anno che vede Vittoria Assicurazioni conquistare il premio come Eccellenza Italiana delle Imprese Assicuratrici e registrare un incremento del 3,5% del volume dei premi nei Rami Danni, pari a 1.263.544 migliaia di euro (1.221.405 al 31 dicembre 2020) e del 47,1% nella raccolta dei Rami Vita (pari a 327.260 migliaia di euro rispetto a 222.486 migliaia di euro al 31 dicembre 2020).

Il settore immobiliare ha registrato un risultato operativo pari a 19.027 migliaia di euro (2.874 migliaia di euro al 31 dicembre 2020). Il risultato del settore servizi evidenzia una perdita, al lordo delle imposte e delle interessenze di terzi, pari a 532 migliaia di euro, contro una perdita di 344 migliaia di euro al 31 dicembre 2020.

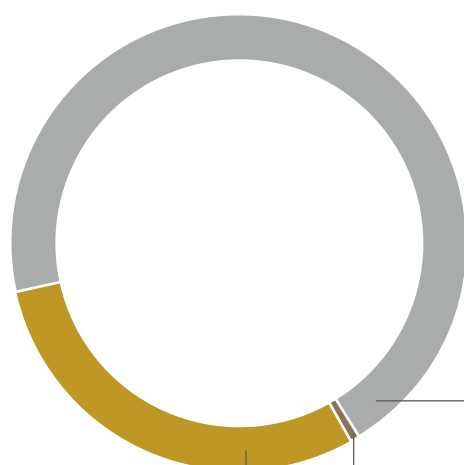
Importi in milioni di Euro

Principali indicatori economici e patrimoniali

	2021	2020	Variaz. %
Raccolta Assicurativa Diretta Danni	1.263,5	1.221,3	3,5%
Raccolta Assicurativa Diretta Vita	253,1	194,1	30,4%
RACCOLTA ASSICURATIVA DIRETTA	1.516,6	1.415,4	7,1%
Oneri relativi ai Sinistri Danni lavoro Diretto	764,4	704,9	8,4%
Oneri relativi ai Sinistri Vita lavoro Diretto	278,5	208,5	33,6%
ONERI RELATIVI AI SINISTRI LAVORO DIRETTO	1.042,9	913,4	14,2%
Risultato derivante da strumenti finanziari e investimenti immobiliari	74,1	44,2	67,6%
Spese di gestione	338,6	325,2	4,1%
Risultato Consolidato	149,8	107,6	39,2%
Investimenti e disponibilità	4.832,5	4.529,0	6,7%
Riserve Tecniche	3.509,1	3.291,1	6,6%
Patrimonio netto di pertinenza del Gruppo	842,7	765,7	10,1%

Utile netto
di 103,1
milioni
di Euro

Premi Danni



I premi Danni al 31 dicembre 2021 ammontano a 1.263,5 milioni di euro. Il combined ratio ed il rapporto sinistri a premi conservati dei Rami Danni, al 31 dicembre 2021, si attestano rispettivamente al 87,5% e al 60,6% (principi contabili italiani). I corrispondenti ratio, al 31 dicembre 2020, erano pari rispettivamente al 84,3% e al 58,0%.

€ 0,47

Proposta di dividendo

13,9%

ROE

842,7 MLN

Patrimonio netto di Gruppo

Fonte: Bilancio Consolidato 2021

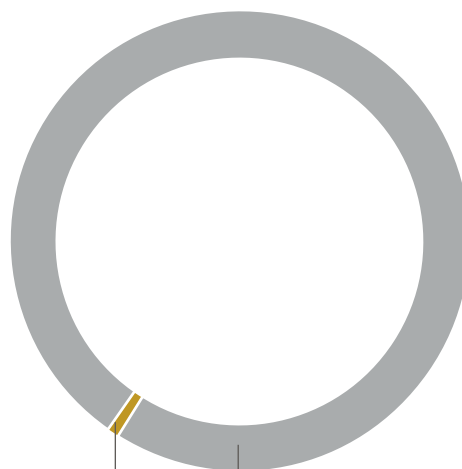
Rami Elementari 373,9 MLN

880,9 MLN Rami Auto

8,7 MLN Rami Speciali

I premi Vita al 31 dicembre 2021 ammontano a 253,1 milioni di euro, di cui premi ricorrenti 77,5 milioni e premi unici 175,5 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 100,6 milioni di euro.

Premi Vita



IV Assicurazioni malattia 1,5 MLN

251,5 MLN I Assicurazioni sulla durata della vita umana

Cresciamo e facciamo crescere: il segreto dello sviluppo sostenibile

Il valore economico diretto generato e distribuito

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

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

Valori in milioni di Euro

Prospetto del valore aggiunto			
	2021	2020	Variaz.%
VOCI DI BILANCIO			
Premi netti	1.448,5	1.370,3	5,7%
Prestazioni assicurative di competenza	(965,8)	(878,7)	9,9%
Proventi e Oneri derivanti da strumenti finanziari e investimenti immobiliari	90,9	61,6	47,6%
Altri ricavi e oneri	9,6	19,7	(51,3)%
VALORE ECONOMICO GENERATO	583,2	572,9	1,8%
VALORE DISTRIBUITO	484,0	449,9	7,6%
VALORE TRATTENUTO DALL'AZIENDA	99,1	123,0	(19,4)%

Fonte: Bilancio consolidato 2021 Gruppo Vittoria

Nel 2021
abbiamo
distribuito
484 milioni
di euro
all'esterno
del Gruppo

è pari a 583,2 milioni di euro ed esprime il valore della ricchezza prodotta nell'esercizio 2021. I ricavi di vendita sono stati identificati con i premi netti, che ammontano a 1.448,5 milioni di euro. Dopo aver coperto i costi legati al business, principalmente identificati nei costi legati al pagamento di sinistri pari a 1.042,9 milioni di euro, la ricchezza generata è stata distribuita tra i soggetti che hanno contribuito a generarla. In parte, dunque, viene esternalizzata (valore distribuito),

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

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

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

Grazie ai nostri risultati abbiamo versato all'erario negli ultimi due anni quasi 124 milioni di euro, contribuendo a sostenere la nostra economia e il nostro sistema nazionale, in termini di salute, sicurezza, cultura, infrastrutture e servizi a vantaggio del nostro Paese.

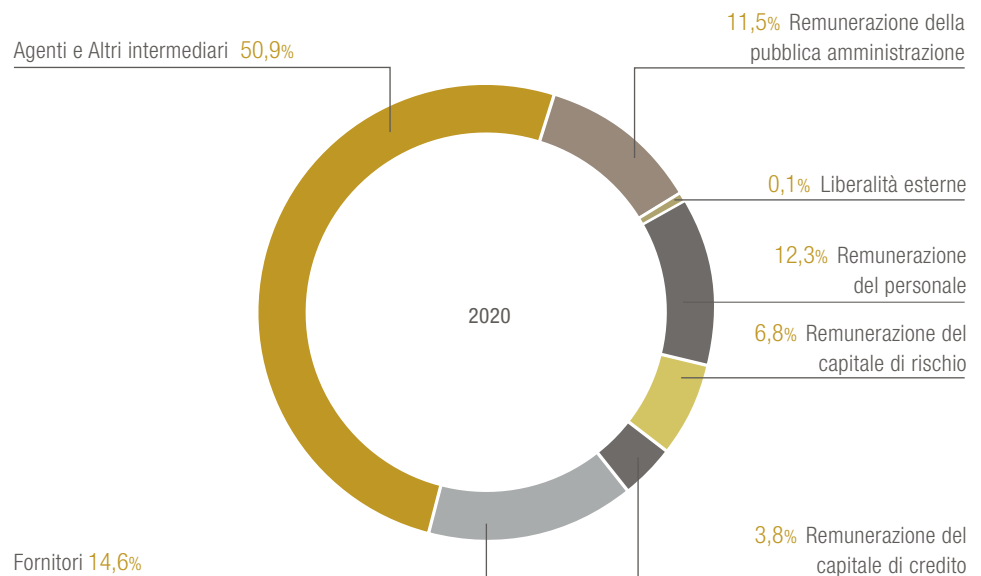
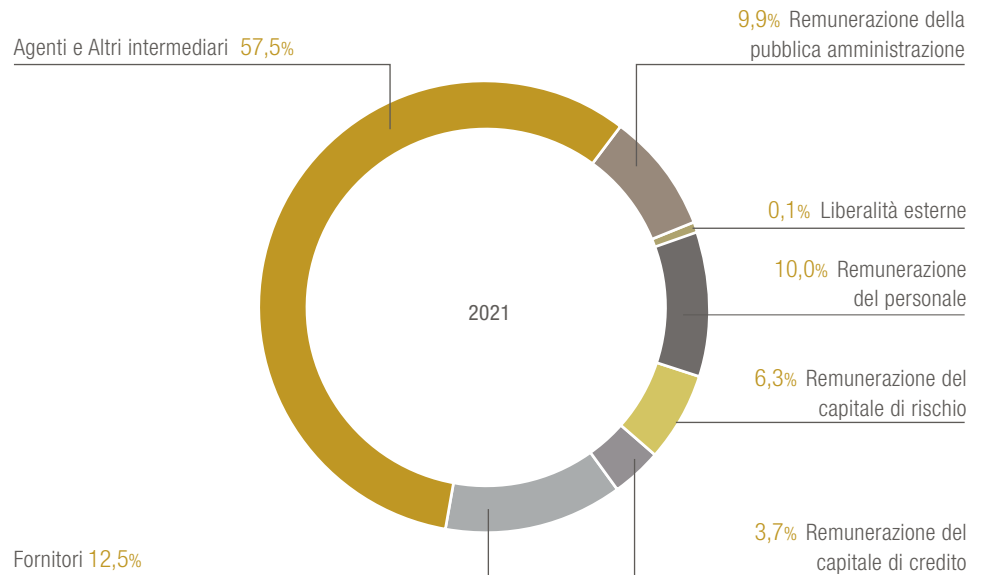
Valori in milioni di Euro

Valore Distribuito				
	2021	%	2020	%
Remunerazione del personale	48,3	10,0	55,5	12,3
Agenti e Altri intermediari	278,4	57,5	229,1	50,9
Fornitori	60,6	12,5	65,5	14,6
Remunerazione del capitale di credito	18,0	3,7	17,1	3,8
Remunerazione del capitale di rischio	30,4	6,3	30,4	6,8
Remunerazione della pubblica amministrazione	47,9	9,9	51,8	11,5
Liberalità esterne	0,4	0,1	0,5	0,1
Totale	484,0	100%	449,9	100%

Nel 2021 siamo stati vicini ai nostri assicurati erogando risarcimenti per 807 milioni di Euro

Valore Distribuito esternamente al Gruppo Vittoria nel 2021 è pari a 484,0 milioni di euro così suddiviso:

Valore Distribuito




LE POLITICHE DI INVESTIMENTO

Le politiche di investimento consentono di perseguire gli obiettivi di rischio-rendimento connessi a ciascuna tipologia di attività, al fine di far fronte agli impegni contrattuali assunti nei confronti degli assicurati. A tal scopo la gestione degli attivi mira innanzitutto a garantire, oltre ad un adeguato margine di utile, la solidità patrimoniale della Compagnia. La gestione integrata delle attività e delle passività (ALM) e il contenimento del rischio di liquidità e del rischio di concentrazione sono elementi cardine della strategia di gestione degli investimenti. Tale strategia, che viene identificata nell'ambito di un processo di investimento che tende ad assicurare una corretta suddivisione dei compiti tra le diverse funzioni e organi aziendali, parte dalla definizione di un Asset Allocation Strategica (SAA) di medio/lungo periodo. Nell'effettuare la gestione degli investimenti, la Compagnia tiene inoltre conto delle caratteristiche di ogni portafoglio, con particolare riferimento ai diversi

profili delle passività assicurative mantenendo l'obiettivo di ottenere flussi di cassa futuri adeguati in relazione agli impegni presi, in coerenza con le azioni di gestione, in risposta al mutare delle condizioni economiche, coerenti con la prassi e la strategia aziendale, finalizzate ad una più efficiente gestione del capitale.

Vittoria Assicurazioni ha deciso di adottare un approccio sostenibile all'investimento, integrando alcuni fattori ambientali e sociali (fattori generalmente ricompresi nell'acronimo ESG – Environmental, Social e Governance) nel proprio processo decisionale di selezione e gestione di alcune classi di attività, al fine di garantire che vari fattori relativi a rischio e rendimento, sia a livello finanziario che non finanziario, vengano presi in considerazione generando performance sostenibili e di lungo periodo. Per le classi di attività in ambito di applicazione la Compagnia, nella propria

politica di Investimento, ha individuato alcuni criteri di esclusione per definirne il rischio di sostenibilità. In particolare, le società emittenti selezionate dalla Compagnia non devono prevedere, nell'ambito del proprio oggetto sociale attività collegate a armi controverse, gioco d'azzardo e impianti di estrazione del carbone. Queste attività quindi se presenti nell'ambito dell'attività svolta dall'emittente ne determinano l'esclusione dall'universo investibile. Sono state selezionate specifiche classi di attivo oggetto di applicazione per le quali si ritiene che il rischio di sostenibilità possa essere maggiormente rilevante come, ad esempio, le obbligazioni societarie e le partecipazioni azionarie. Si prevede inoltre che in un orizzonte temporale di 3 anni, gli investimenti, rientranti nelle categorie di attivi sopradescritti per le quali il rischio di sostenibilità viene giudicato maggior-



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

mente elevato, riguarderanno per almeno l'80% solo emittenti che rispetteranno i tre criteri di esclusione individuati. La Compagnia ha predisposto una specifica Due Diligence Policy, che, attraverso la formalizzazione di una procedura organizzativa, definisce e descrive criteri e processi per la gestione del rischio di sostenibilità degli investimenti. I principi riportati nel documento organizzativo sono parte del più ampio sistema di gestione dei rischi della Compagnia, nell'ambito del quale i rischi ambientali, sociali e di governance connessi alle diverse aree di attività sono identificati, valutati, gestiti e monitorati. All'interno del processo di investimento sono state inserite specifiche attività da svolgere connesse all'integrazione degli aspetti di sostenibilità. In particolare, verranno raccolte e analizzate informazioni pubbliche disponibili e inviati questionari specifici ad emittenti

di strumenti e/o Fondi presenti all'interno del perimetro di analisi. Tali questionari si focalizzano sulla raccolta delle seguenti informazioni:

- ▲ adesione a programmi internazionali come UN PRI, Carbon Disclosure Project (CDP), Climate Action 100+ o altre iniziative ad alto impatto socio-ambientale legate al mondo ESG/SR;
- ▲ adesione a una policy societaria che escluda gli investimenti in emittenti coinvolti nella vendita o nella produzione di armi controverse, nel settore dello sfruttamento del carbone e nel settore del gioco d'azzardo.

In base all'esito delle informazioni ottenute, la funzione di Risk Management effettua le valutazioni sul rischio di sostenibilità relativo agli investimenti (in essere / nuovi) il cui esito viene presentato al Consiglio

di Amministrazione con frequenza almeno annuale. La Compagnia, attraverso il Comitato Finanza, valuta le analisi di sostenibilità connesse agli investimenti (nuovi e in essere) e in caso di analisi con esito negativo si riserva la possibilità di disinvestire parzialmente o totalmente dagli emittenti che non riportano un esito soddisfacente rispetto alle suddette analisi.

A partire dalla rilevazione di tali ambiti, la Compagnia sta valutando un modello che consenta di valutare gli impatti negativi dei rischi di sostenibilità sul valore degli investimenti in linea con gli standard tecnici attualmente in fase di approvazione da parte delle competenti Autorità dell'Unione Europea. La Politica di Remunerazione non incoraggia comportamenti che incentivino l'assunzione dei rischi di sostenibilità che la Compagnia ha individuato.

Investment KPI relativo agli investimenti in attività economiche allineate alla tassonomia

Nel giugno 2020 è stato adottato il Regolamento (UE) 2020/852 (Regolamento Tassonomia), successivamente integrato da due Regolamenti Delegati (UE 2021/2139 e UE 2021/2178), che definisce i cri-

teri generali affinché un'attività possa essere definita sostenibile sotto il profilo ambientale, al fine di incentivare gli investimenti sostenibili e prevenire fenomeni di "greenwashing", contribuendo così a raggiungere l'obiettivo di una Unione Europea neutrale dal punto di vista climatico entro il 2050. Tale regolamento impone di integrare le informazioni di carattere non finanziario con specifici KPI su come e in che misura le attività dell'impresa sono associate ad attività economiche considerate ecosostenibili. Il Regolamento Tassonomia si applica dal 1° gennaio 2022 per i primi due

obiettivi ambientali di mitigazione dei cambiamenti climatici e adattamento ai cambiamenti climatici e dal 1° gennaio 2023 per i restanti quattro obiettivi (uso sostenibile e protezione delle acque e delle risorse marine; transizione verso un'economia circolare; prevenzione e riduzione dell'inquinamento; protezione e ripristino della biodiversità e degli ecosistemi).

Nello specifico, il Regolamento Delegato richiede la pubblicazione del seguente KPI:



Valori in milioni di Euro

KPI Totale investimenti		
Totale investimenti	Importo monetario	Importo %
Valore medio ponderato di tutti gli investimenti diretti a finanziare o associati ad attività economiche allineate alla tassonomia rispetto al valore di tutti gli attivi coperti dal KPI	241,59	10,54%
Valore degli investimenti coperti dal KPI (totale attività finanziare gestite). Ad esclusione degli investimenti in entità sovrane	2.291,38	73,12%

Tale indicatore di sostenibilità, relativo agli investimenti, è stato elaborato alla luce delle infor-

mazioni pubblicamente disponibili, rispettando il perimetro di analisi indicato dalla normativa

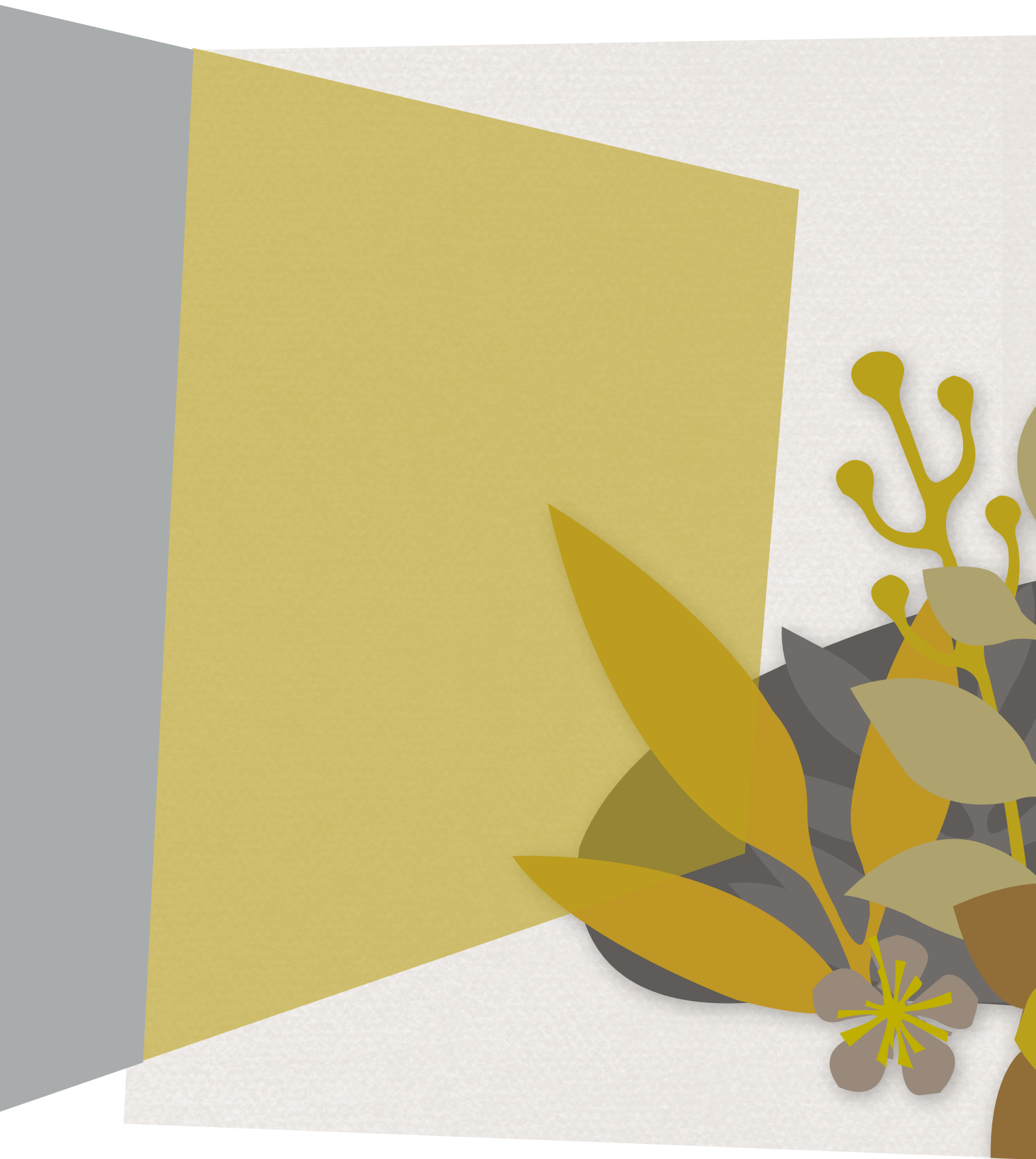
e sulla base di stime ritenute attendibili.

La funzione Investor relations

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

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

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





LA PERSONA
AL CENTRO

Responsabili perché al centro di relazioni consapevoli

RISORSE UMANE

Mission, Vision e Valori sono le fondamenta “invisibili” della nostra Compagnia.

MISSION	L'assicurazione ha un valore sociale, è una cosa seria. Perseguire l'eccellenza è nostra volontà.
VISION	Soddisfiamo le aspettative dei nostri clienti. Sviluppiamo rapporti di fiducia costanti, forti e duraturi.
VALORI	Senso di Appartenenza, Motivazione, Serietà, Innovazione e Miglioramento Continuo, Professionalità.

Nel 2021, in occasione del centesimo compleanno, Vittoria ha scelto di intraprendere un viag-

gio articolato su tre percorsi paralleli per condividere con tutti i dipendenti i temi della Mission,

della Vision e dei Valori:

RIFLESSIONI	<p>Il percorso denominato RIFLESSIONI si è articolato nei 5 webinar delle “Olimpiadi dei Valori” che hanno celebrato, ciascuno con una coppia di sportivi famosi, i 5 Valori di Vittoria:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▲ Senso di Appartenenza ▲ Motivazione ▲ Serietà ▲ Innovazione e Miglioramento Continuo ▲ Professionalità
NARRAZIONI	<p>Il percorso denominato NARRAZIONI è stato rappresentato dalle iniziative della Vittoria dei Valori:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▲ Vittoria si mette in posa - Le immagini di Vittoria, che ha raccolto e pubblicato foto della Compagnia e di tutti noi nel tempo; ▲ Vittoria è... Le parole di Vittoria, che ha raccolto con video-selfie le parole che identificano Vittoria; ▲ Vittoria si racconta - Le storie di Vittoria, che ha raccolto storie del passato e del presente dei colleghi in Vittoria.
ESPERIENZE	<p>Il percorso denominato ESPERIENZE è stato associato alle due iniziative</p> <ul style="list-style-type: none"> ▲ La Mission e la Vision nel lavoro quotidiano, che ha visto la declinazione di Mission, Vision e Valori nelle specifiche aree organizzative; ▲ Gli Ambassador, che ha visto la costituzione del primo gruppo di dipendenti portavoce di Mission, Vision e Valori di Vittoria all'interno e all'esterno della Compagnia.

Le Olimpiadi dei Valori

Il percorso denominato Riflessioni ha visto coinvolta l'intera popolazione aziendale in una serie di webinar dedicati ai valori di Vittoria in cui sono intervenuti celebri sportivi. Da qui il nome del percorso "Olimpiadi dei Valori". Ciascun webinar è stato dedicato a uno dei 5 Valori di Vittoria:

- ▲ Senso di Appartenenza: la forza del singolo, l'energia del team
- ▲ Motivazione: la diversità che ispira
- ▲ Innovazione e Miglioramento Continuo: superarsi da una generazione all'altra
- ▲ Serietà: il successo che nasce dalla dedizione
- ▲ Professionalità: dagli abissi alle vette

Gli incontri sono stati condotti dalla giornalista Valeria Ciardiello, volto legato al mondo dello sport, che ha intervistato gli sportivi che sono intervenuti in ciascun webinar.

Ogni evento ha visto infatti come protagonisti due campioni sportivi che si sono confrontati in un dialogo generativo tramite una continua metafora tra il mondo dell'allenamento e il mondo aziendale di Vittoria.

L'obiettivo del percorso è stato creare dei momenti di riflessione grazie al racconto che i grandi atleti ci hanno offerto sui valori condivisi. Ancora una volta la comunità dei dipendenti Vittoria ha dimostrato che l'identità si costruisce grazie alle singole tessere che ciascuno di noi inserisce nel disegno, un disegno ogni anno in evoluzione, per dare senso e forma alla Vittoria di oggi e domani.

Le nostre persone

Il 2021 è stato e rimarrà per tutti l'anno del Centenario di Vittoria.

A 100 anni dalla nascita la Compagnia continua a mettere le persone al centro, a considerarle il punto focale per la crescita e lo sviluppo del Gruppo. Attraverso diversi messaggi che sono stati portati all'attenzione dei dipendenti si è ribadito che

i 100 anni passati sono stati intensi, densi di grandi soddisfazioni e importanti risultati ottenuti grazie alle persone di Vittoria e che contando sulle proprie persone la Compagnia si prepara ad affrontare il futuro con altrettanta serietà, professionalità e impegno, sull'onda della correttezza e premiando il

merito.

Il futuro sarà fatto dalle persone di Vittoria, persone uniche che, insieme, rendono unica la Compagnia.

I nostri dipendenti sono 554, il 99% dei quali è assunto con contratto a tempo indeterminato.

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

Anno	2021			2020		
Tipologia contratto	Indeterminato	Determinato	TOTALE	Indeterminato	Determinato	TOTALE
Uomini	401	4	405	394	8	402
Donne	148	1	149	151	4	155
Totale dipendenti	549	5	554	545	12	557

554

Dipendenti del Gruppo Vittoria

99%

Dipendenti del Gruppo Vittoria con contratto a tempo indeterminato

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

Anno	2021			2020		
	Indeterminato	Determinato	TOTALE	Indeterminato	Determinato	TOTALE
Nord	474	5	479	473	8	481
Centro	51	0	51	49	4	53
Sud	24	0	24	23	0	23
Totale dipendenti	549	5	554	545	12	557

Si precisa che vengono ricomprese: nel Nord: Liguria, Val D'Aosta, Piemonte, Lombardia, Friuli Venezia Giulia, Trentino Alto Adige, Veneto, Emilia Romagna; nel Centro: Toscana, Marche, Umbria, Lazio; nel Sud e Isole: Abruzzo, Basilicata, Calabria, Campania, Molise, Puglia, Sardegna, Sicilia.

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

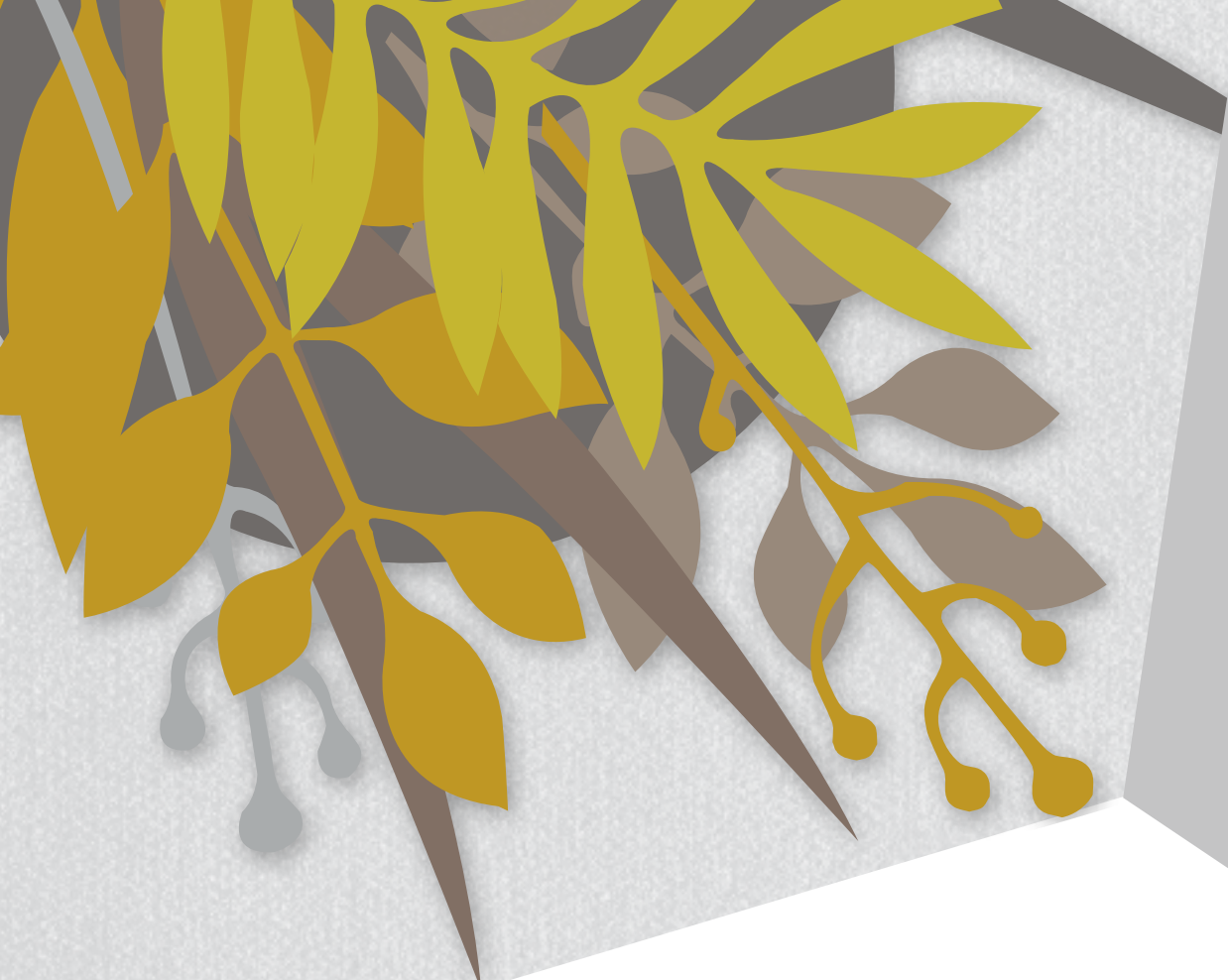
Anno	2021			2020		
	Orario full-time	Orario part-time	TOTALE	Orario full-time	Orario part-time	TOTALE
Uomini	405	0	405	402	0	402
Donne	134	15	149	134	21	155
Totale dipendenti	539	15	554	536	21	557

Un riconoscimento straordinario ai dipendenti per il Centenario di Vittoria

In occasione del Centenario la Compagnia ha riconosciuto ai Dipendenti una Una Tantum straordinaria.

La Compagnia ha condiviso i frutti del lavoro svolto in 100 anni con le persone che hanno contribuito a raggiungere grandi risultati e che rappresentano il presente della Compagnia, ma anche le generazioni precedenti che tanto hanno dato e fatto per raggiungere gli attuali risultati.

Un gesto di riconoscenza, di gratitudine, uno stimolo per continuare a perseguire obiettivi di miglioramento e di crescita, distinguendosi per i valori di rispetto, professionalità e serietà che caratterizzano Vittoria e che rappresentano un impegno per gli anni a venire.



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

ANNO 2021

Fascia di età	<30 anni		30-50 anni		>50 anni		Totale dipendenti	Turnover entranti
	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne		
Genere							Totale	Totale
Nord	1	3	14	4	2	0	24	5,0%
Centro	0	0	0	1	0	0	1	2,0%
Sud Italia e Isole	0	0	0	0	0	0	0	0,0%
TOTALE DIPENDENTI	1	3	14	5	2	0	25	4,5%
TASSO	8,3%	60,0%	6,3%	5,1%	1,2%	0%	4,5%	

ANNO 2020

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

La Community Vittoria People e il desktop del dipendente

Attraverso aggiornamenti costanti il portale Vittoria people ha rafforzato nel corso del 2021 la comunicazione tra la Compagnia e i propri Dipendenti.

Il portale ha permesso di comunicare in maniera tempestiva e continuativa attraverso strumenti diversi (news, video, infografiche e tutorial) e costantemente disponibili e ha permesso di evidenziare quotidianamente sul desktop le news più aggiornate.

Oltre ai contenuti legati alle tematiche HR, i dipendenti possono trovare riscontro immediato e approfondimenti su temi legati alle iniziative istituzionali, alle iniziative sul territorio, alle novità relative ai progetti aziendali e alle partnership, oltre a partecipare a survey lanciate periodicamente. Vittoria people è inoltre diventato punto di riferimento importante anche per le diverse funzioni aziendali che necessitano di un contatto diretto e uno scambio immediato con i dipendenti.

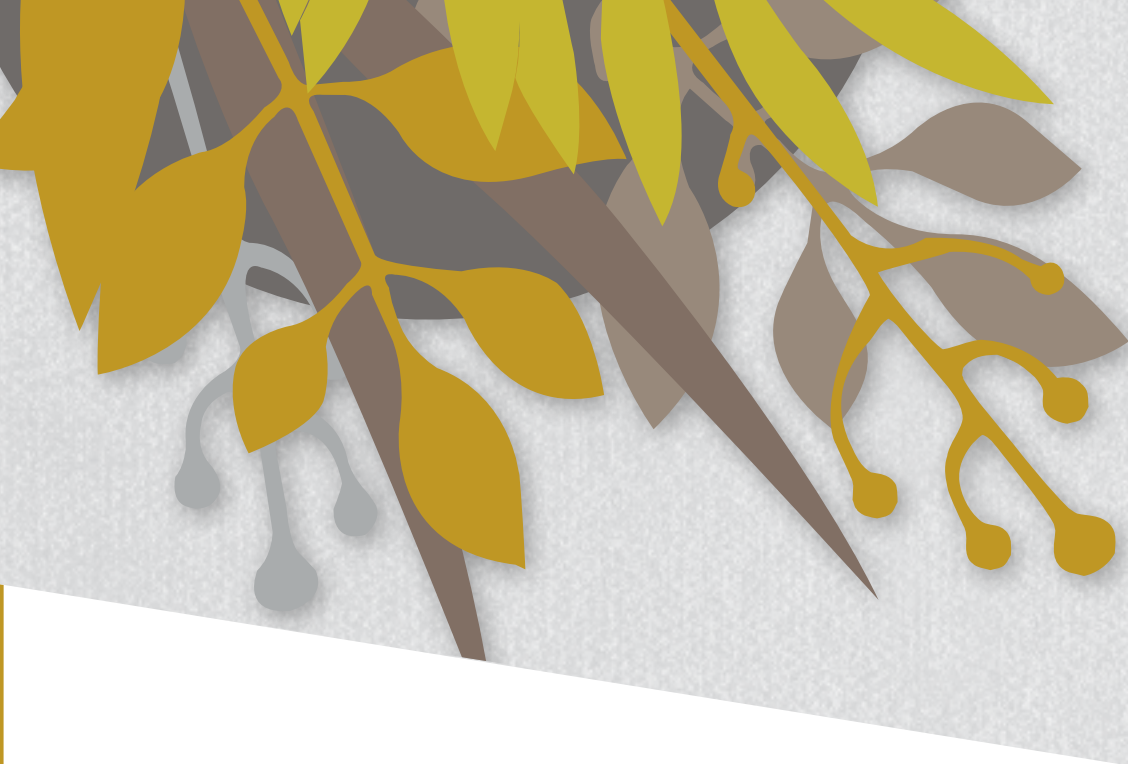
Numero dipendenti uscenti e tasso per Genere - Fascia d'età - Aree geografiche

ANNO 2021

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	2	5	2	7	3	21	4,4%
Centro	0	1	0	1	0	0	2	3,9%
Sud Italia e Isole	0	0	0	0	0	0	0	0,0%
TOTALE DIPENDENTI	2	3	5	3	7	3	23	4,2%
TASSO	16,7%	60,0%	2,2%	3,0%	4,1%	6,7%	4,2%	

ANNO 2020

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



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.

Nell'anno 2021, il prosieguo dell'emergenza Coronavirus, ha visto l'Azienda e le Rappresentanze sindacali aziendali continuare la collaborazione con l'obiettivo di salvaguardare la salute di tutti i lavoratori dal contagio da Covid-19, recependo la normativa nazionale e regionale e definendo delle linee guida aziendali.

Il Comitato di Controllo istituito nel 2020, cui partecipano oltre all'azienda e alle rappresentan-

ze sindacali aziendali anche i rappresentanti dei lavoratori per la sicurezza, ha rinnovato il protocollo aziendale il 20 gennaio 2021 e si è riunito periodicamente per monitorare la situazione complessiva.

Infine, nel corso del 2021 sono stati avviati i lavori della Commissione Paritetica sullo Smart Working, istituita dal Contratto Integrativo Aziendale siglato nel 2019.

La formazione del personale

Mai come in questo momento storico, caratterizzato da continui cambiamenti e incertezze, la formazione ha assunto un'importanza cruciale per consolidare lo sviluppo delle competenze e per permettere il miglioramento delle tecniche e degli strumenti dei nostri collaboratori.

Nel corso del 2021, col permanere della situazione di emergenza sanitaria, la Compagnia

ha continuato a erogare corsi di formazione da remoto in modalità e-learning e webinar. Grazie al progressivo rientro in sede della popolazione aziendale, alcuni corsi si sono potuti svolgere in presenza, nel rispetto delle norme di sicurezza, in alcuni casi anche in modalità ibrida con alcuni partecipanti connessi da remoto.

Sono stati erogati corsi in materia normativa, tecnica, infor-

matica, linguistica, ma, soprattutto quest'anno più che mai, la formazione ha aiutato il ritorno graduale alla normalità attraverso corsi dedicati alle soft skills e al benessere dei dipendenti.

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

- ▲ percorsi formativi nati dalle specifiche esigenze della popolazione aziendale e mirati a soddisfare bisogni di



Oggi più che mai la formazione ci nutre, ci accresce e ci unisce. Sempre insieme

target specifici;

- ▲ formazione tradizionale, erogata sia in aula che a distanza, tramite eLearning e webinar;
- ▲ percorsi di formazione a iscrizione volontaria;
- ▲ interventi mirati ad accelera-

re l'acquisizione di competenze;

- ▲ nuove modalità formative con ricorso alla "gamification" per garantire un maggiore engagement e una maggiore efficacia dell'intervento formativo;

- ▲ la possibilità per i dipendenti di richiedere l'iscrizione a corsi esterni per soddisfare esigenze formative non presenti nel piano formativo aziendale.

Ore medie di formazione per inquadramento e genere

Anno	2021			2020		
	Uomini	Donne	Media totale	Uomini	Donne	Media totale
Impiegati	13	20	15	13	18	15
Funzionari-quadri	15	38	19	15	29	17
Dirigenti	17	27	19	27	39	29
MEDIA ORE FORMAZIONE	14	24	17	14	21	16

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

La Formazione della Compagnia sempre più al centro

Dall'inizio del 2021 la Formazione rivolta alla Rete di vendita e la Formazione rivolta ai dipendenti sono state collocate in un unico ambito organizzativo, la Direzione del Personale della Compagnia.

Questa decisione strategica rende evidente la volontà della Compagnia di connettere strettamente gli ambiti formativi con quelli di business e di avvicinarli costantemente fino a farli convergere.

Una scelta che rende più immediata la progettazione e l'erogazione di contenuti formativi e di aggiornamento professionale rivolti all'interno e all'esterno della Compagnia, oltre a mettere a disposizione strumenti e modalità formative costantemente aggiornati e allineati tra loro.



I Percorsi di sviluppo professionale

Da sempre il desiderio che ci guida è quello di trovare le soluzioni migliori per le persone che ci circondano, per creare le condizioni di un percorso di miglioramento continuo sia individuale che organizzativo.

Continuiamo ad investire sulla crescita e sullo sviluppo professionale di ciascuno offrendo percorsi formativi rivolti a una

popolazione aziendale mirata che accelerino l'acquisizione e il potenziamento di competenze tecniche e al tempo stesso favoriscano il benessere organizzativo.

Durante il periodo di pandemia, per assicurare alle persone di Vittoria il successo del processo di crescita e apprendimento, sono state sviluppate e affinate

le competenze di progettazione dei percorsi di formazione digitale attraverso la revisione dei contenuti, degli strumenti e delle attività, costruendo percorsi più «snelli», ma altamente strutturati che mantenessero l'aspetto esperienziale e ludico che contraddistingue la formazione interna aziendale.

PERCORSI DI SVILUPPO DEDICATI A GIOVANI TALENTI

VITTORIA LEAGUE

Vittoria crede fortemente nei talenti del futuro e nell'integrazione delle proprie risorse, soprattutto dal punto di vista generazionale.

Per questo ha introdotto una strategia di attraction e un percorso di formazione e sviluppo dedicato ai talenti della Generazione Z che punta ad offrire un'esperienza stimolante e innovativa, guidata da professionisti del settore che offrono strumenti e competenze utili a costruire un futuro professionale.

Questo percorso ha l'obiettivo di favorire l'ingresso consapevole dei giovani nel mondo del lavoro ed è stato strutturato per fare emergere le conoscenze, le capacità e le caratteristiche personali di ciascuno favorendo l'interscambio generazionale, sostenendo la crescita personale e professionale dei più giovani e lo sviluppo di nuovi approcci e punti di vista.

E' un programma di Talent Acquisition che si ispira alle logiche del calcio. Da qui la divisione in due categorie, esordienti e primavera, due percorsi che si snodano in tappe progressive, ispirate alle dinamiche della gamification.

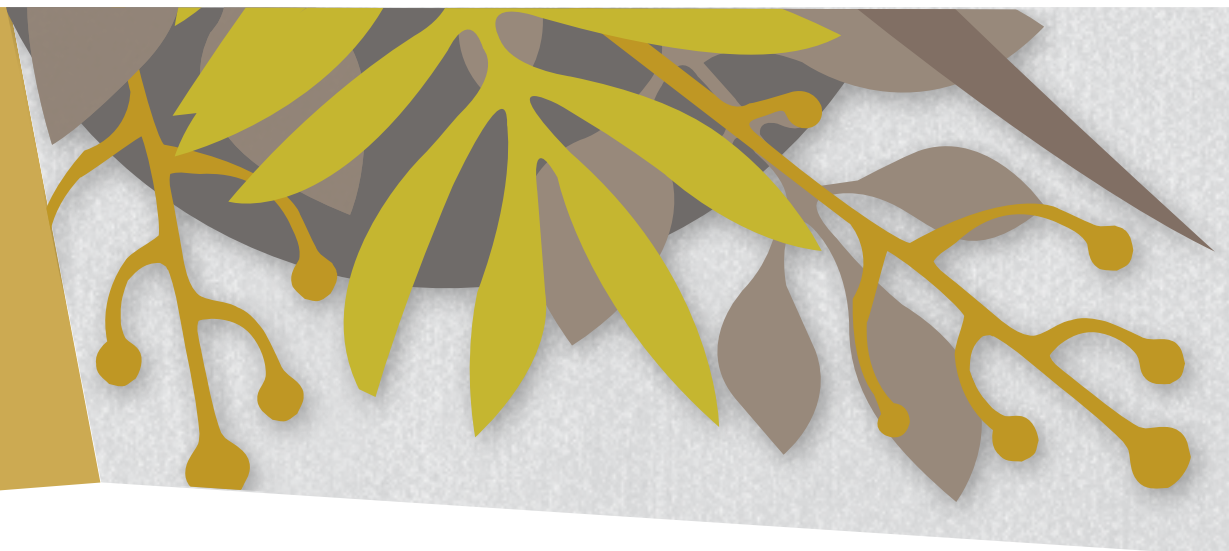
Partecipanti: 7

Ore a partecipante: 18

Numero di docenti interni: 1

Wave: 1

Ore di coaching individuale: 2



CAMPUS VITTORIA

Vittoria fin dalla sua fondazione, ha stabilito un legame forte con i suoi collaboratori, segno della volontà di investire sulle persone con una visione di lungo periodo, fornendo loro una preparazione professionale solida e adatta sia per la posizione attuale che futura.

Il Campus, percorso biennale di sviluppo professionale rivolto alle risorse junior presenti in Compagnia, progettato per rafforzare l'identità aziendale tra i dipendenti, favorire lo scambio di competenze tra le persone e lavorare su progetti aziendali concreti, è una delle attività che Vittoria ha progettato e realizzato pensando non solo al presente, ma anche al futuro dell'azienda e delle persone che in essa lavorano.

Durante la pandemia per favorire l'aggregazione e l'interscambio culturale è stato promosso un ciclo di nuove iniziative con professionisti provenienti da discipline artistiche e culturali con l'obiettivo di promuovere riflessioni sui comportamenti organizzativi e di mantenere la connessione con il team, sviluppare resilienza, promuovere il benessere fisico e psicologico (come ad esempio l'AperiCampus dal titolo "Armonia, equilibrio dei contrasti e delle diversità" che grazie alla testimonianza del Maestro Vittorio Marchese ha affrontato il parallelismo tra il mondo Aziendale e quello artistico-musicale dell'orchestra sinfonica).

Partecipanti: 17

Ore a partecipante: 21

Numero di docenti interni: 2



PERCORSI AREA TECNICA

IDD

Il corso Insurance Distribution Directive si propone di formare i partecipanti alla direttiva sulla distribuzione assicurativa, analizzando i principali impatti sull'organizzazione e le regole di condotta delle imprese di assicurazione e delle loro reti distributive. Il corso, erogato annualmente, non si rivolge solo agli addetti alla vendita diretta, ma a una popolazione più ampia in modo da tutelare maggiormente i consumatori.

Partecipanti: 10
Ore a partecipante: 30
Numero di docenti interni: 1

CYBER SECURITY

La sicurezza informatica non è solamente difesa dei software aziendali, ma è prevenzione: educando i dipendenti sui pericoli della rete a cui sono sottoposti ogni giorno si aumenta la consapevolezza di ciascuno di noi sui temi relativi alla cyber security. Nel 2021, grazie alla collaborazione tra le funzioni IT – Telecomunicazioni e Sicurezza e la Formazione del Personale, è stato proposto un corso, in modalità gamification, per aumentare la consapevolezza dei dipendenti in materia di sicurezza delle informazioni.



PERCORSI DI SVILUPPO DI COMPETENZE TRASVERSALI

<p>SELF EMPOWERMENT</p>	<p>Il self empowerment è un processo di sviluppo di consapevolezza riguardo alle proprie risorse e alla responsabilità che ognuno di noi ha nel dirigere le proprie scelte e i propri comportamenti. Il corso nel 2021 ha proposto una rilettura dell'efficacia personale partendo dal concetto di felicità e di potere del sorriso.</p> <p>Obiettivo: individuare i comportamenti atti a migliorare il nostro stato di ben-essere nell'ottica di sentirci maggiormente protagonisti, contribuendo a migliorare l'organizzazione di cui facciamo parte.</p>	<p>Partecipanti: 33 Ore di formazione a persona: 8 Numero di docenti esterni: 1 Testimonial: 1 Edizioni: 4</p>
<p>GESTIONE DEL CAMBIAMENTO</p>	<p>Il cambiamento rappresenta parte della nostra quotidianità. Sempre di più, all'interno delle organizzazioni, è richiesta la capacità di essere flessibili, adattarsi e reinventarsi. Questo processo però non è affatto semplice, in quanto spesso è soggetto a dinamiche che ostacolano la trasformazione e la percezione del cambiamento come evento positivo, di stimolo e risorsa per ognuno di noi.</p> <p>Obiettivo: guidare i partecipanti a riflettere sul concetto di cambiamento, attraverso un percorso di approfondimento di cosa sia il change management dal punto di vista teorico e pratico, suggerendo strategie per gestire la resistenza al cambiamento e per promuoverne gli elementi che ne consentono lo sviluppo.</p>	<p>Partecipanti: 11 Ore di formazione a persona: 8 Numero di docenti esterni: 1</p>



COACHING

Il coaching è un metodo per sviluppare e "allenare" le competenze manageriali attraverso l'attivazione e la realizzazione di un piano d'azione molto concreto e legato alla propria quotidianità. Si basa sulla riflessione, valorizzazione e utilizzo delle potenzialità di ognuno per il raggiungimento di obiettivi e per il miglioramento della propria performance.

Obiettivi:

- Acquisire competenze organizzative
- Divulgare strumenti e metodi di lavoro innovativi
- Guidare un gruppo di lavoro nella gestione di progetti

Partecipanti: 19
Ore di formazione: 8
Docenti: 1

MINDFULNESS

L'approccio non giudicante e l'atteggiamento consapevole sono i tratti distintivi di questa pratica. Il percorso iniziato nel 2019 è ora alla sua terza edizione con lo scopo di promuovere una cultura del lavoro più smart ed equa, che sostiene modelli di work-life balance paritari e propone soluzioni per una corretta gestione dello stress.

Obiettivo: trasmettere le basi della pratica Mindfulness nell'ottica di neutralizzare i pregiudizi, vivere con pienezza il "qui ed ora" e sviluppare consapevolezza dei propri punti di forza e delle proprie capacità.

Partecipanti: 19
Ore di formazione a persona: 8
Docenti esterni: 1

AGILE PROJECT MANAGEMENT

È un percorso formativo della durata di sei mesi, aperto a tutti i dipendenti senza vincoli di età e ruolo, che ha l'obiettivo di divulgare strumenti e metodi dell'Agile Project Management lavorando su progetti aziendali concreti, di creare relazioni produttive tra le persone coinvolte e di migliorare la capacità di comunicazione e negoziazione.

Anche durante il 2021, 3 docenti interni si sono impegnati per diffondere e fornire gli strumenti tecnici per la gestione progettuale del "Project Management" ai partecipanti del percorso.

La sfida di quest'anno è stata quella di trovare metodi coinvolgenti e innovativi per divulgare metodi e strumenti di lavoro anche a distanza.

Partecipanti: 25
Ore di formazione a persona: 30
Numero di docenti esterni: 3

MISSION, VISION E VALORI NEL LAVORO QUOTIDIANO

Il laboratorio ha lo scopo di declinare, per aree aziendali, la Mission, la Vision e i Valori di Vittoria, applicandoli alla quotidianità e armonizzandoli con gli obiettivi aziendali attraverso il fattivo supporto dei Responsabili di funzione. I partecipanti del corso hanno avuto modo di confrontarsi sul significato della Mission, della Vision e dei Valori nelle loro specifiche aree aziendali e interiorizzarli, comunicandoli successivamente a tutti coloro che fanno parte della Compagnia.

Partecipanti: 84
Ore di formazione a persona: 4
Numero di docenti esterni: 1





GLI AMBASSADOR

Un percorso di formazione ad adesione volontaria che coinvolge una parte della popolazione aziendale. Il progetto si propone di sviluppare e acquisire consapevolezza rispetto alle proprie qualità e competenze che possono essere messe al servizio della Compagnia nell'ottica di diffondere la cultura di cui siamo parte con lo scopo di rinforzarla nel tempo.

Obiettivo: formare un gruppo che si faccia portavoce in primis della Mission Vision e Valori della Compagnia e che funga da ambasciatore di iniziative e idee innovative, al fine di coinvolgere i colleghi e promuovere un maggior senso di appartenenza alla famiglia Vittoria.

Partecipanti: 21
Ore di formazione: 9
Docenti esterni: 1

Employer branding

Collaborazioni con Università

Anche nel 2021, sono proseguite le collaborazioni con

diversi atenei, in particolare l'Università degli Studi di Milano-Bicocca, l'Università Cattolica e l'Università degli Studi di Parma. Inoltre, la Compagnia ha preso parte all'iniziativa

“Osservatori Digital Innovation” promossa dalla School of Management del Politecnico di Milano.

Tirocinanti

L'esperienza iniziata nel 2020 è proseguita nel corso del 2021, con l'inserimento in Azienda di alcuni giovani neolaureati in Psicologia che hanno svolto

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

Grazie ai tirocinanti possiamo avvalerci di un contributo in-

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

Programmi di performance management

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

Le attività dei dipendenti sono valutate sulla base di:

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

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

% dipendenti valutati regolarmente per inquadramento e genere

	2021		2020	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne
Impiegati	93%	83%	92%	78%
Funzionari-quadri	99%	91%	99%	100%
Dirigenti	100%	100%	100%	100%
TOTALE	96%	85 %	95%	84%

La diversità e le pari opportunità



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

Il Gruppo Vittoria censura qualsiasi forma di violenza, di molestia, vessazione, intimidazione e mobbing sul luogo di lavoro.

Il Gruppo Vittoria da sempre guarda alle differenze come un'opportunità di crescita e sviluppo dei rapporti sociali.

La diversità per Vittoria è un valore che genera altro valore, è sinonimo di innovazione: ogni individuo possiede punti di forza unici, e solo valorizzando questi fattori è possibile affrontare il cambiamento e raggiungere alte performance.

Vittoria si propone di individuare la collocazione più idonea per ogni risorsa in base alla propria competenza.

Da sempre tutti i processi di gestione del personale, per tutta la durata del percorso lavorativo, si fondano sul rispetto dei principi di pari opportunità e di non discriminazione di genere, lingua, cultura e religione, con particolare riguardo per coloro che sono portatori di disabilità. Riguardo all'assunzione di personale appartenente alle categorie protette, Vittoria ha ottemperato agli obblighi normativi vigenti.

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

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

ANNO 2021

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%	28,7%	14,3%	11,9%	5,2%	42,8%	20,4%
Quadri-funzionari	0,0%	0,0%	11,2%	3,4%	15,0%	2,3%	26,2%	5,8%
Dirigenti	0,0%	0,0%	0,4%	0,2%	3,8%	0,5%	4,2%	0,7%
TOTALE							73,1%	26,9%

ANNO 2020

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

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	2021		2020	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne
Impiegati	2,7%	2,3%	2,5%	2,3%
Quadri-funzionari	0,5%	0,2%	0,7%	0,2%
Dirigenti	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
TOTALE	3,0%	2,5%	3,2%	2,5%

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

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

Salario medio organico per inquadramento e genere

Anno	2021		2020	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne
Impiegati	43.277	36.819	42.253	36.237
Quadri-funzionari	67.993	64.518	67.721	66.577
Dirigenti	238.913	128.750	218.913	138.429

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

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

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

Remunerazione media organico per inquadramento e genere (euro)

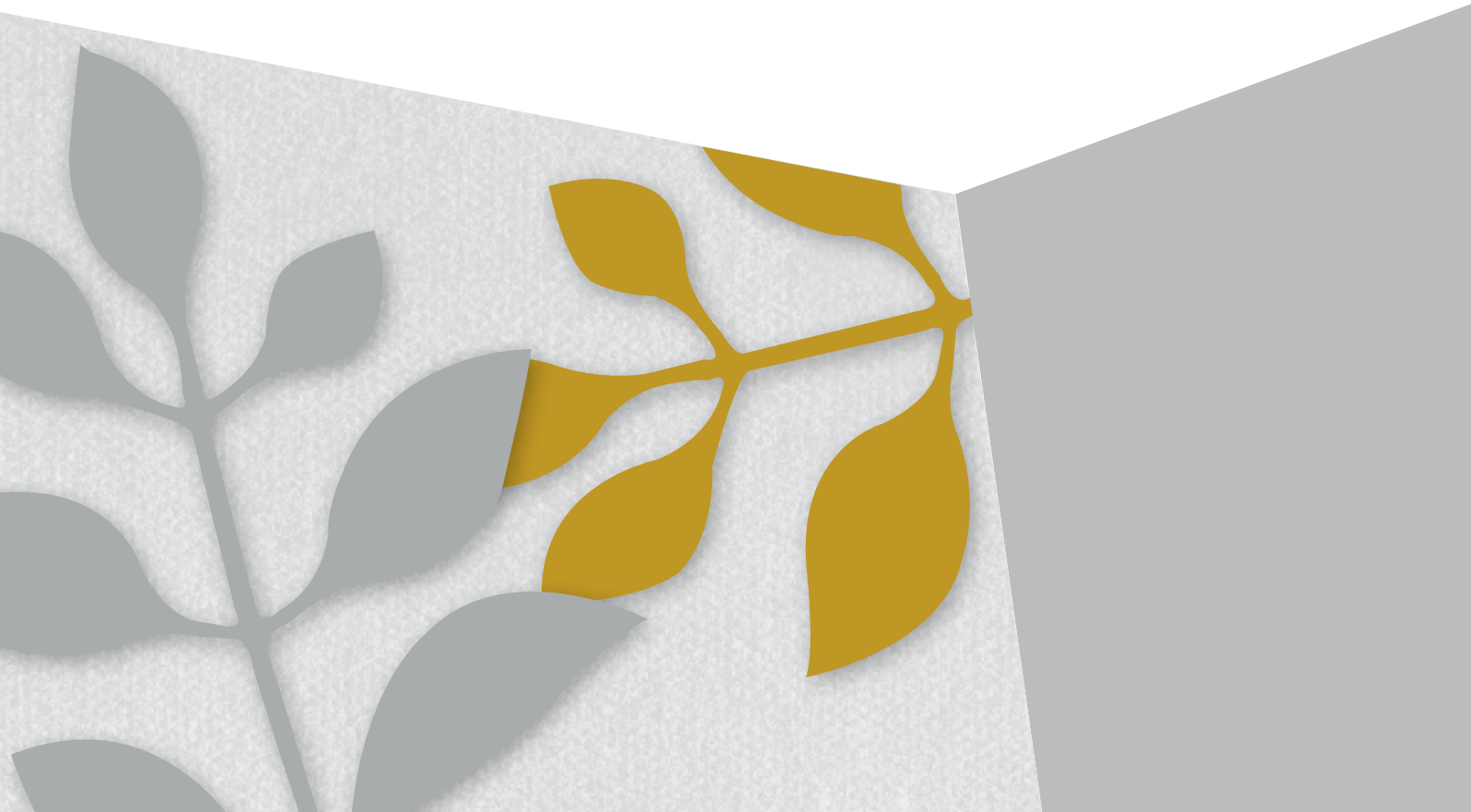
Anno	2021		2020	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne
Impiegati	48.646	40.651	46.953	39.493
Quadri-funzionari	76.270	71.270	74.504	71.753
Dirigenti	306.819	162.329	263.108	153.875

Rapporto salario medio donna rispetto uomo

Anno	2021	2020
Impiegati	85,2%	85,8%
Funzionari-quadri	94,9%	98,3%
Dirigenti	53,9%	63,2%

Rapporto retribuzione media donna rispetto uomo

Anno	2021	2020
Impiegati	83,6%	84,1%
Funzionari-quadri	93,4%	96,3%
Dirigenti	52,9%	58,5%





Welfare ed equilibrio vita-lavoro

Parlare di welfare aziendale significa infatti affrontare temi che riguardano la promozione della cultura della salute, del benessere e della prevenzione. Diffondere in azienda una cultura di questo tipo significa mettere in atto iniziative, un ventaglio di servizi e di benefit, che hanno un impatto positivo sulla qualità della vita dei dipendenti e sul benessere dell'azienda.

In Vittoria vengono presidiati tutti i temi legati al welfare Aziendale rivolto ai dipendenti, così identificati:

- ▲ benessere fisico: tutto ciò che riguarda la prevenzione e la promozione della salute fisica e mentale dei dipendenti;
 - ▲ benessere lavorativo: iniziative e regolamenti aziendali che hanno l'obiettivo di migliorare la vita aziendale e lavorativa;
 - ▲ benessere finanziario: facilitazioni finanziarie che permettono agevolazioni economiche per i dipendenti e le loro famiglie;
 - ▲ benessere sociale: iniziative e convenzioni a scopo ludico e ricreativo, per promuovere l'aggregazione e la condivisione.
- ▲ la previdenza integrativa: il contributo Aziendale si posiziona ai massimi livelli di settore, in modo da garantire la qualità della vita anche nel periodo del pensionamento;
 - ▲ l'assistenza sanitaria, con prestazioni e massimali che tutelano il dipendente;
 - ▲ un premio di produttività variabile, che il dipendente può scegliere di destinare (totalmente o parzialmente) al piano di welfare aziendale, aumentandone in tal modo il valore e dando la possibilità di utilizzarlo per una gamma molto ampia di benefit legati all'ambito familiare, educativo, al tempo libero, alla salute e alla previdenza complementare.

Il welfare rappresenta infatti

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

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

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

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

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



Numero dipendenti che hanno usufruito del congedo parentale		
Anno	2021	2020
Uomini	12	8
Donne	15	11
TOTALE DIPENDENTI	27	19

Numero dipendenti tornati dal congedo parentale				
Anno	2021	% di rientro	2020	% di rientro
Uomini	12	100%	8	100%
Donne	10	67%	5	45%
TOTALE DIPENDENTI	22	81%	13	68%

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

Fondo Ruffini

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

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

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

Attività del CIRCOLO VITTORIA CLUB '99

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

Nel 2021 il Circolo Vittoria Club '99 annovera 240 soci, tra cui 230 dipendenti in attività e 10 soci esterni tra agenti, personale di agenzie, soci esterni e dipendenti in quiescenza. Nel 2020 erano 255 i soci complessivi.

Nel 2021 A causa della pandemia da Covid-19, le attività del Circolo sono state momentaneamente sospese. Tuttavia, nel mese di ottobre in occasione del compimento dei 100 anni di "Vittoria Assicurazioni" è stata organizzata la 5° edizione della Vittoria Run, una corsa non competitiva cronometrata sulla distanza di 4km e 8km aperta a dipendenti, agenti, consulenti ed ai relativi familiari;

inoltre, a novembre è stata organizzata la prima Digital Hunt, una caccia al tesoro digitale all'interno della nostra sede.

Per supportare i soci con figli in età scolare durante la chiusura estiva delle scuole il Cral di Vittoria ha organizzato il progetto "Campus for Kids".

Nel corso dell'anno è stato comunque possibile organizzare un corso di ginnastica posturale-pilates in streaming per i soci iscritti, a conferma della costante attenzione per il benessere psico-fisico dei dipendenti anche durante il periodo della pandemia.

Per quanto riguarda le attività ludico-culturali, si è tenuta la visita guidata alla mostra "Disney. L'arte del raccontare" presso il MUDEC e in occasione del Natale, l'evento "Il Villaggio di Babbo Natale" per i figli dei soci.



Salute e sicurezza sul posto di lavoro

Con il portale aziendale #InVittoria si è cercato di riprodurre un ambiente di lavoro "virtuale" il più possibile vicino al contesto del lavoro in presenza. Tramite questo portale sono state divulgate a tutti i lavoratori le informazioni e la formazione per la gestione dell'emergenza Covid-19.

In base alla dimensione di ogni ufficio, sono state previste presenze contingentate e inoltre laddove necessario sono state installate barriere in plexiglas tra le scrivanie; le presenze in

ascensori, sala break e aree comuni sono state rimodulate mentre alcune aree, come la palestra sono state chiuse, mentre le sale riunioni dove sono state installate le barriere divisorie ed il dehor sono state riaperte.

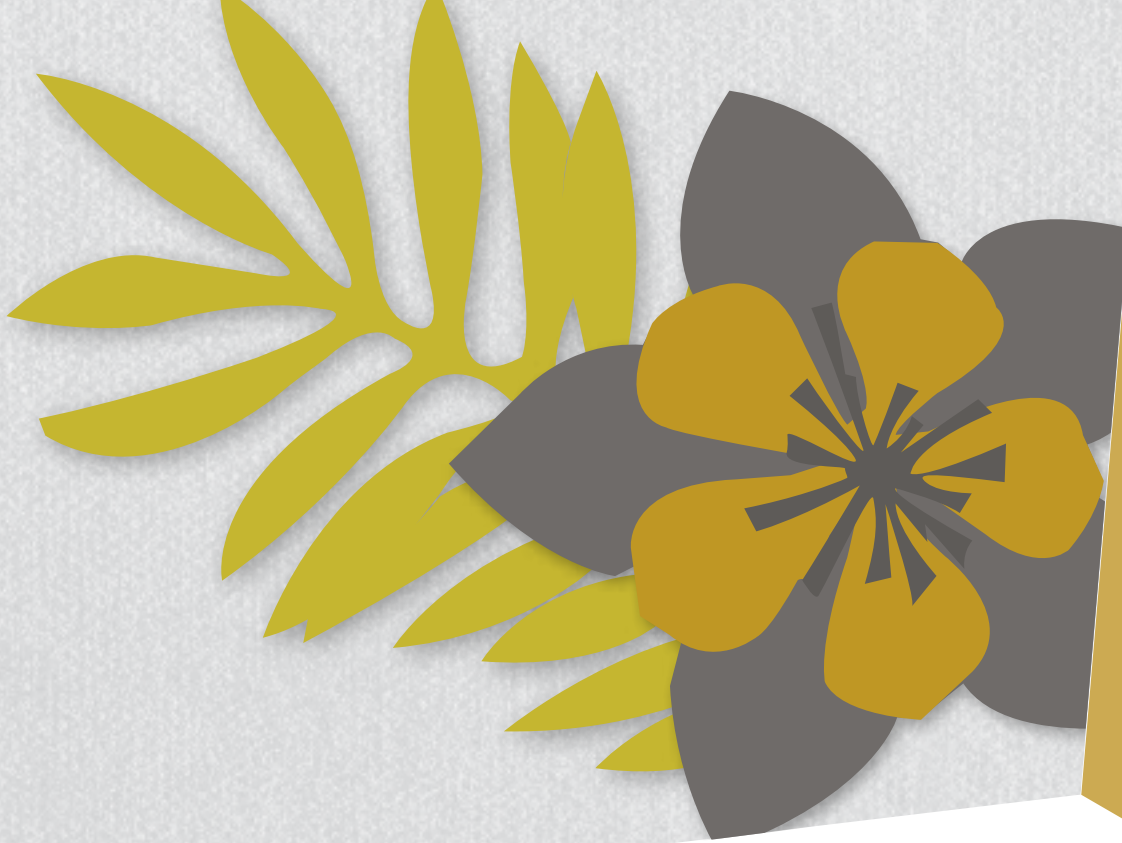
Anche nel 2021 Vittoria Assicurazioni ha offerto a tutti i lavoratori e ai propri familiari, conviventi e non conviventi, la vaccinazione antinfluenzale.

Quotidianamente sono state distribuite a ogni dipendente pre-

sente in azienda mascherina e guanti monouso.

Per limitare il rischio di contagio derivante dall'utilizzo dei mezzi pubblici, è stato rimborsato ai dipendenti il parcheggio e il percorso casa-lavoro.

Infine, per limitare il rischio derivante dalla frequentazione di luoghi pubblici affollati, Vittoria ha offerto quotidianamente il pranzo fornito dal servizio di catering interno, consentendo di consumarlo alla propria scrivania, in tutta sicurezza.



Il sistema di gestione della sicurezza e della salute sul lavoro

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

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

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

Le informazioni del monitorag-

gio 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 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 se-

gnalano alle Funzioni Sicurezza e HR eventuali problemi od esigenze personali. Sono coinvolti nell'organizzazione delle squadre di emergenza e sono informati sui rischi aziendali e sulle procedure di emergenza da attuare. Nel CIA interno, sono coperti con accordi formali temi legati alla salute e sicurezza dei lavoratori.

I lavoratori svolgono i seguenti corsi sicurezza:

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

La serie di interventi migliorativi delle condizioni di sicurezza e di igiene nei luoghi di lavoro effettuati nel corso degli anni, ha portato una riduzione sulla tariffa dei premi INAIL. Ricordia-

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

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

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

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

- ▲ della documentazione riguardante la valutazione dei rischi e la sua validità;
- ▲ della dichiarazione di regolarità contributiva, assicurativa e di conformità alle leggi

di igiene e sicurezza sul lavoro;

- ▲ della formazione dei dipendenti che effettuano la manutenzione presso le sedi;
- ▲ dell'adozione di adeguate misure per la prevenzione del contagio da Covid-19.

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

Come per il 2020 anche nel 2021 è stato deciso di proce-

dere con la rendicontazione dei dati relativi agli infortuni utilizzando il nuovo Standard GRI 403, pubblicato dal Global Reporting Initiative (GRI) nel 2018.

Nel 2021 si sono registrati solo tre infortuni in itinere casa-lavoro che non rientrano nel computo del tasso.

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

Pertanto il tasso di infortuni è pari a 0.

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

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 2021 segnalazioni di infortuni.

COVID-19

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

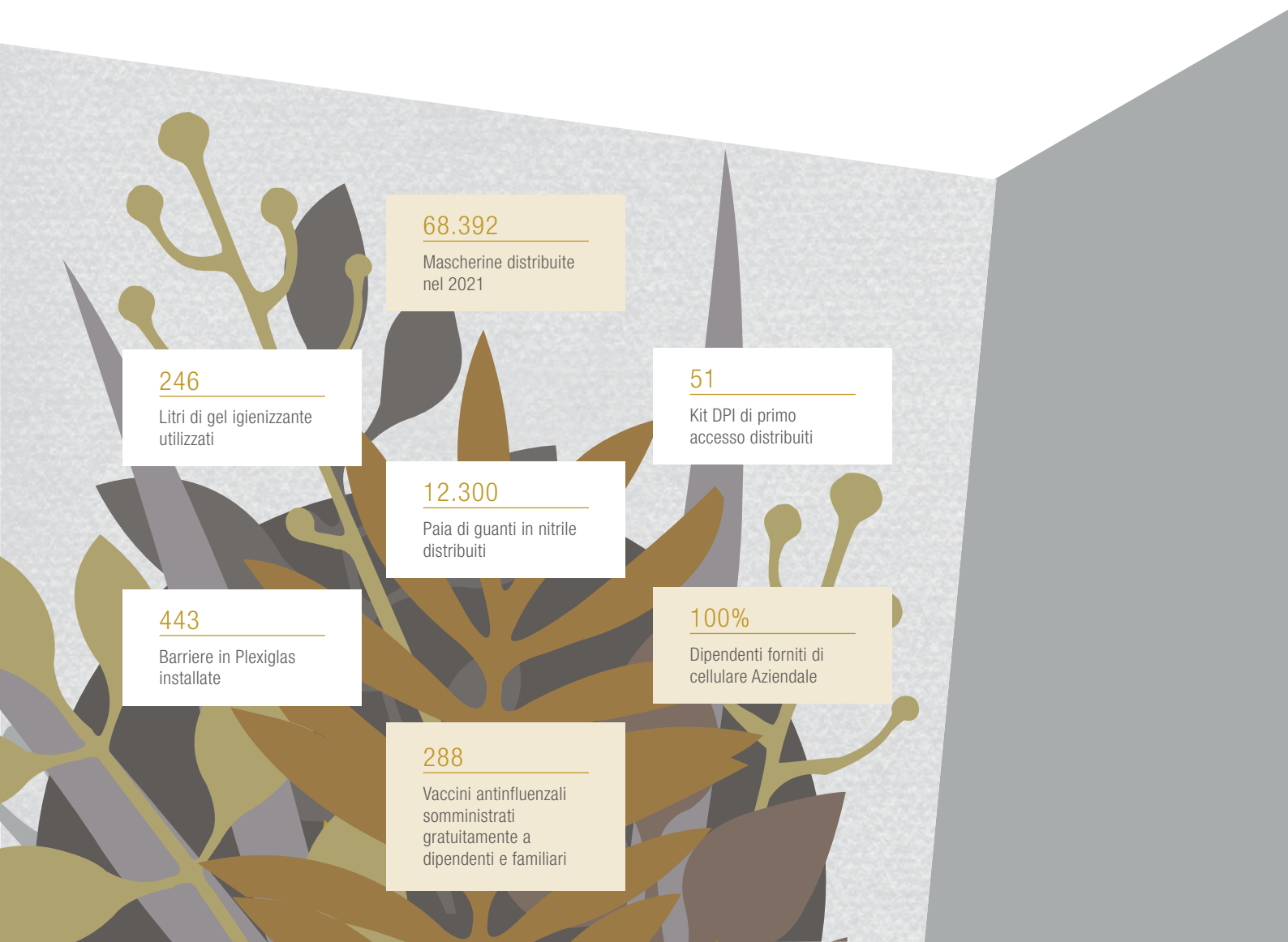
Dall'avvento della pandemia,

infatti, abbiamo iniziato un processo di adozione capillare del cosiddetto Lavoro Agile, che ha permesso a tutte le risorse di lavorare da remoto.

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

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

Il nostro impegno non si è dunque arrestato di fronte alle nuove sfide poste dal Covid-19 ma, al contrario, si è intensificato, attivando un'importante piano di azione economico a favore degli intermediari, una reale testimonianza della profonda vicinanza della Compagnia alla propria rete di vendita.



Per i dipendenti sono state garantite condizioni di estrema sicurezza sul lavoro, sono state tempestivamente comunicate le regole di comportamento al personale, in base all'evolversi della situazione nazionale e dei vari DPCM emessi ed è stato inoltre immediatamente aggiornato il "Documento Valutazione

Rischi". In Sede è stato istituito un presidio fisso per sanificare gli spazi comuni e di maggior contatto come maniglie, pulsanti etc. ed è stato installato negli ascensori un sistema di purificazione e sanificazione dell'aria della cabina; presso le reception, all'interno di tutte le sale riunioni e di tutti gli

uffici sono stati installati plexi-glass divisori al fine di garantire maggior sicurezza alle persone. All'interno dell'Azienda sono state installate numerose colonnine di gel igienizzante e sono state distribuite quotidianamente mascherine rispondenti ai protocolli emanati dal Governo.

CLIENTI

La vicinanza ai clienti Vittoria

841.987

Clienti iscritti all'Area Riservata

694.613

Download dell'App MyVittoria dal 2014

64.413

Chiamate ai Numeri Verdi

1.825

Richieste scritte gestite

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

Con questo obiettivo abbiamo investito, insieme ad un partner specializzato, nella costruzione di una piattaforma personalizzata di Assistenza Clienti, che ci consente di fornire risposte chiare e tempestive e di analizzare internamente le richieste pervenute al fine di migliorare i livelli di servizio.

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

Nel corso dell'anno sono state gestite 64.413 chiamate di cui il 98,00% risolte nell'ambito della telefonata, dato che conferma l'efficacia e la stabilità della performance di servizio anno su anno.

Inoltre, nel 2021, primo anno di osservazione completo delle richieste di informazione scritte

provenienti dai form di raccolta presenti sul sito istituzionale, abbiamo registrato 1.825 richieste scritte di cui il 77,00 % risolte al primo livello.

Anche nel 2021 evidenziamo un significativo miglioramento nella soddisfazione del Cliente da parte della Compagnia, grazie alle implementazioni fatte nell'App MyVittoria e in Area Riservata le posizioni assicurative possono essere gestite in totale autonomia.



App MyVittoria

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

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

I nostri Clienti, utilizzando l'App MyVittoria, oltre che ricevere notifiche push in occasione delle scadenze, utilizzare la funzione MyParking per memorizzare la propria posizione quando parcheggiano ed accedere più rapidamente ai servizi tramite Touch ID e Face ID, possono usufruire dei seguenti servizi:



Denuncia sinistro

Consultazione delle coperture attive e attivabili

Pagamento online dei premi successivi al primo

Versamenti aggiuntivi in autonomia da parte dei clienti

Richiesta versamento aggiuntivo (polizze Vita)

Richiesta di riscatto, parziale o totale (polizze Vita)

Sospensione di una polizza: disponibile ove la garanzia lo consenta

Richiesta di riattivazione di una polizza sospesa

Storicizzazione delle comunicazioni ai Clienti

Download documenti di polizza

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

Variazione dati personali

Gestione scadenze e promemoria

Gestione consensi

Geolocalizzazione Centri Convenzionati: La funzione permette la ricerca dettagliata dei centri convenzionati (carrozzerie, centri riparazione cristalli auto, strutture sanitarie) tramite geolocalizzazione oppure liberamen-

te su tutta la rete fiduciaria di Vittoria

Geolocalizzazione punti di interesse

Geolocalizzazione Agenzie Vittoria

Geolocalizzazione Ispettorati Sinistri

Stato sinistri e guasti

Per i possessori di coperture CasaAttiva, monitoraggio dei principali parametri ambientali (temperatura e umidità), tasso di presenza e alert in caso di interruzione di corrente

Servizi per i camper

Saldo punti programma fidelizzazione

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

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

Numeri Utili

My Vittoria, l'App di Vittoria Assicurazioni, si aggiudica per il terzo anno consecutivo il premio "OF Miglior App Assicurazioni Auto 2021".

Un riconoscimento che consolida il primato dell'applicazione sul mercato italiano identificandola ancora come la migliore soluzione per gestire la polizza auto. UX evoluta, design moderno e funzionalità innovative sono gli aspetti vincenti.

Lanciata nel 2014 e utilizzata oggi da oltre 700.000 clienti, MyVittoria è un'app completamente gratuita che permette di controllare la propria posizione assicurativa, avere sostegno immediato in caso di imprevisto stradale, essere sempre in contatto con la propria agenzia o cercare facilmente servizi convenzionati come una carrozzeria, un centro cristalli, un centro grandine o ispettorati per sinistri.

Nuovo Sito Istituzionale

Da aprile 2021 è online il nuovo sito istituzionale della Compagnia disegnato per porre al centro i bisogni degli utenti, con l'obiettivo di rispondere alle istanze che portano i nostri assicurati a ritenersi soddisfatti dall'offerta assicurativa sia dal punto di vista della gamma di prodotti offerti, sia dal punto di

vista della qualità del servizio.

Nella sua Home Page, la Compagnia dà rilevanza alla propria proposizione, in termini di posizionamento e offerta, e suggerisce ai diversi utenti percorsi dedicati:

- ▲ contatto con l'intermediario, per i Clienti potenziali;
- ▲ accesso diretto all'Area Riservata, per i già Clienti.

L'utente viene assistito virtualmente da Vicky, il nuovo canale chatbot innovativo e interattivo, con cui si può dialogare per ricercare l'Agenzia più vicina e richiedere un appuntamento.

Rispetto al passato il nuovo sito web è navigabile con grande facilità anche da tablet e smartphone, con Home Page e pagine principali completamente nuove.

Viva: il vantaggio di vivere senza pensieri

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

Il nuovo programma VIVA, infatti, oltre a premiare i Clienti ogni qualvolta vengono portate

a termine le missioni per la loro protezione, con dei punti che si tramutano in effettivi sconti da utilizzare in occasione delle sottoscrizioni di polizze, offre l'accesso ad un innovativo circuito di servizi legati alla sfera del benessere della persona avvalendosi della gamma di un ricco network di partner convenzionati.

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

Il programma VIVA si è poi messo al servizio degli assicurati, modulando la sua offerta durante il periodo critico dettato dalla pandemia, inserendo tra le proposte a disposizione della clientela uno specifico pacchetto di servizi essenzialmente fruibile online denominato "Ripartiamo Insieme", così da garantire anche in questo frangente la presenza di Vittoria Assicurazioni al fianco della propria clientela.

Creare valore per il cliente

L'impegno di Vittoria Assicurazioni nel conoscere e comprendere le esigenze dei Clienti è proseguito anche nel corso del 2021 al fine di creare con la propria clientela relazioni costanti, forti e durature. A tale riguardo la Compagnia ha avviato un progetto di "Customer Journey" attraverso il quale sono stati mappati e ottimizzati tutti i punti di contatto tra Clienti e Compagnia.

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

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

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

Per offrire ai nostri Clienti un'esperienza su misura abbiamo

pensato a una serie di prodotti e servizi disegnati sulle necessità individuali:

- ▲ un nuovo modello di vendita che si sostanzia in uno strumento di emissione altamente flessibile: il Nuovo Modello di Vittoria con te: una soluzione assicurativa modulare e dinamica, che il Cliente può comporre sulla base delle sue esigenze, scegliendo le coperture tra un'ampia gamma di garanzie, sia vita che danni. Con Vittoria con te è possibile includere e abbinare in un unico documento, denominato "cartella assicurativa", tutte le diverse tipologie di coperture assicurative selezionate dal Cliente all'interno di un'ampia gamma di offerta, suddivisa in quattro aree: Veicoli, Persona, Immobili, Attività lavorativa;
- ▲ l'adozione di sistemi di pagamento moderni pensati per facilitare i nostri Clienti che potranno, con un pagamento unico, acquistare tutte le garanzie che hanno scelto e attivare le coperture per una durata annuale con un esborso limitato periodico, se hanno scelto il frazionamento mensile;
- ▲ incentivi per i veicoli a minor impatto ambientale, con tariffe ridotte fino al 40% per veicoli elettrici, rispetto a quelle applicate per le auto a benzina e gasolio. Inoltre, sono previsti specifici sconti per le auto a propulsione ibrida. Il numero di veicoli elettrici in portafoglio è più che raddoppiato rispetto all'anno precedente con 5.450 veicoli assicurati a dicembre 2021; sono inoltre assicurati oltre 142.000 veicoli con alimentazione ibrida;
- ▲ l'offerta di prodotti mirati e vantaggiosi rivolti a particolari categorie socialmente rilevanti, come ad esempio le Forze Armate e Forze dell'ordine e la Confcommercio, che possono beneficiare di specifiche coperture assicurative nello svolgimento dei loro peculiari compiti;
- ▲ le convenzioni con i soci del Touring Club Italiano, ente che storicamente tutela il patrimonio culturale e ambientale italiano.

Il portafoglio prodotti Vittoria

Vittoria per le persone e le famiglie

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

VITTORIA TUTELA FUTURO DOPPIA PROTEZIONE

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

INFORTUNI

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

VITTORIA FIANCO A FIANCO

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

LINEA STRADA LIFESTYLE E LIFESTYLE PLUS

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



RIMBORSO SPESE SANITARIE ELITE

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

PROTEZIONE CANI&GATTI

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

CASA E PROTEZIONE DELLE FAMIGLIE

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

LINEA STRADA CLICK & DRIVE

Abbiamo lanciato il nuovo prodotto "Linea Strada RCA Click&Drive" che permette di acquistare anche attraverso l'Area Riservata, coperture RCA temporanee per auto e moto utilizzate saltuariamente durante l'anno. Il prodotto è riservato ai nostri clienti con polizza auto o abitazione e registrati in Area Riservata e consente di attivare al bisogno una o più coperture RCA temporanee per un'auto, una moto o un ciclomotore utilizzato saltuariamente (ad esempio, nei fine settimana o per brevi vacanze) con durata e prezzo prefissato. La polizza permette di pagare il premio RCA di un mezzo usato nel tempo libero solo per i giorni di effettivo utilizzo incentivandone un minor impiego.



Vittoria per le imprese

Il Global Risk Report pubblicato dal World Economic Forum, basato sul sondaggio condotto tra esperti e decision-maker dei vari settori dell'economia globale sulla percezione dei rischi

a livello internazionale, evidenzia i maggiori rischi per i prossimi dieci anni, tra cui figurano in cima alla classifica le minacce alla cybersicurezza. Per fronteggiare questi rischi Vittoria Assicurazioni ha studiato delle soluzioni per garantire un'efficace copertura assicurativa che risponde alle esigenze di

tutela contro gli attacchi cyber, sia per danni diretti ed indiretti quali assalti informatici subiti tramite malware/virus che bloccano i sistemi aziendali, sia per danni subiti da terzi per i quali l'imprenditore assicurato si trova a rispondere a titolo di Responsabilità Civile.

VITTORIA CYBER RISK PROTECTION

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

ALL RISKS ENERGIA SOLARE

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

DANNI INDIRETTI

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

Underwriting KPI, relativo ai premi/ricavi delle attività di sottoscrizione Danni sui rischi climatici allineate alla Tassonomia

Il Regolamento delegato (UE) 2021/2178 del 6 luglio 2021 prevede si dia informativa (punti 10.1 e 10.2, Annex II dell'atto delegato sul clima, Regolamento delegato (UE) 2021/2139 del 4 giugno 2021) sulla quota di attività economiche di assicurazione non vita ammissibili e

non ammissibili alla Tassonomia nell'ambito del totale dei premi del segmento Danni.

Per attività di assicurazione non vita ammissibile si intende la fornitura di coperture assicurative relative ai rischi legati al clima con riferimento a determinate linee di business. Alla luce delle linee guida per la rendicontazione pubblicate dalla Commissione Europea nei mesi di dicembre 2021 e febbraio 2022, Vittoria Assicurazioni ha considerato i premi ammissibili come i premi lordi emessi delle garanzie riconducibili alle linee di business tra le otto indicate nel Regolamento Delegato UE 2021/2139 dove è presente una polizza a copertura dei pericoli legati al clima definiti dalla

Tassonomia UE. Per la presente rendicontazione, l'identificazione di questa polizza si è basata sulla valutazione della presenza di termini e/o condizioni di polizza relative alle coperture di rischi ambientali. Le linee di business interessate sono state: altre assicurazioni auto (Lob 5); assicurazione incendio e altri danni ai beni (Lob 7).

Le informazioni sono espone in termini percentuali e in unità monetarie assolute rispetto al totale dei premi lordi di assicurazione non vita contabilizzati.

Risultano eleggibili, nell'accezione sopra descritta, le Lob 5 e 7 per le quali emergono i seguenti ratio:

Valori in migliaia di Euro

Underwriting KPI			
Lob	Premi Totali	Premi Garanzie Considerate	Quota eleggibile
5	151.883	14.165	1,1%
7	144.450	15.025	1,2%
TOTALE RAMI DANNI	1.263.445	29.190	2,3%

La liquidazione dei sinistri

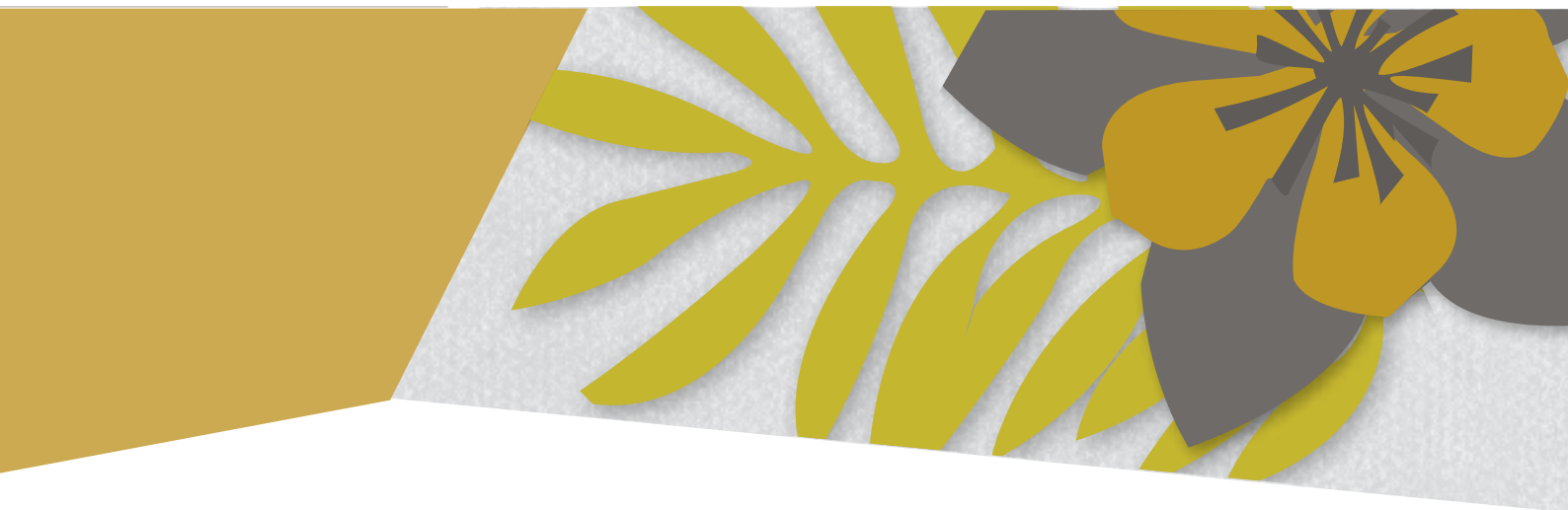
Per soddisfare al meglio i nostri Assicurati, la nostra Compagnia si concentra su due fattori fondamentali:

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

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

VELOCITÀ
nei tempi di liquidazione

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



321.277

Sinistri gestiti

254.401

Sinistri pagati

18 GIORNI

Tempo medio della gestione di un sinistro danni/vita

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 30 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 trasmis-

sione 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 disposi-

zione, è stato attivato il sistema automatico di messaggistica SMS che informa il Cliente dell'avvenuta apertura del sinistro. Nel testo del SMS viene fornito al cliente il numero della pratica, l'agenzia di riferimento e nei casi in cui è prevista una riparazione del proprio veicolo, anche un link che si collega alla rete di carrozzerie convenzionate presenti sull'intero territorio nazionale, il Cliente viene guidato a scegliere quella più 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 levabollì), 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 sintesi il cliente deve solo denunciare il sinistro e portare il mezzo in una delle carrozzerie convenzionate con Vittoria Assicurazioni, al resto ci pensiamo noi.

Le dotazioni informatiche all'avanguardia e la struttura organizzativa snella dell'area sinistri hanno permesso di adattare rapidamente i reparti liquidativi in modo da fronteggiare adeguatamente l'emergenza sanitaria iniziata nel 2020, con impatti anche nel 2021.

Come già fatto nella prima fase di lockdown abbiamo continuato nel 2021 ad adeguare il nostro modello organizzativo con l'obiettivo di salvaguardare la salute dei nostri dipendenti e dell'utenza esterna senza comprometterne la produttività. Nello specifico, sono state adottate diverse misure che hanno permesso di mantenere l'efficienza del servizio liquidativo operando in Lavoro Agile.

La strumentazione di base (pc

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

All'inizio della pandemia si è voluto limitare al minimo la presenza fisica dei liquidatori presso le sedi di lavoro favorendo l'attività a distanza; la nostra organizzazione solida ma nello stesso tempo agile ci ha permesso nel 2021 di garantire la presenza negli uffici liquidativi per una buona parte dell'anno; il ricevimento del pubblico è stato sospeso ma nello stesso tempo è stata aumentata la fascia oraria dedicata al ricevimento telefonico; inoltre è stato installato sui pc e sui cellulari dei liquidatori un software di gestione delle telefonate che ha permesso di poter rispondere al telefono fisso anche da remoto.

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

6

Partner per la gestione dei sinistri ai cristalli e da grandine

319

Periti esterni

153

Liquidatori e ispettori di cui 30 specialisti di direzione

1.844

Carrozzerie convenzionate

380

Medici legali e avvocati

3.056

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

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 atto a garantire le riparazioni a regola d'arte e i servizi offerti alla clientela.

La qualità del servizio prestato dalla nostra rete di partner è confermata dall'indice NPS di raccomandabilità espresso dai Clienti che hanno fatto riparare

il proprio mezzo presso Carrozzerie convenzionate (61,44), provider cristalli (77,94) Vittoria. Complessivamente, per 1 cliente che sconsiglierebbe Vittoria, ve ne sono 13 che la consiglierebbero ad amici e parenti.

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

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

Tenuto conto della soddisfazione del cliente per il servizio offerto dai partner Vittoria, nel 2021 Vittoria ha ampliato i servizi offerti da alcuni partner ed ha aumentato la rete di carrozzerie convenzionate.

Periti, medici, legali ed accertatori sono adeguatamente formati all'utilizzo degli applicativi Vittoria; i portali dedicati ai Fiduciari sono parte del sistema informatico di Vittoria e tutte le comunicazioni e i documenti sono acquisiti in tempo reale e sono visibili da tutti gli attori del

processo di gestione del sinistro secondo profilazioni rispettose e coerenti con le norme sulla Privacy.

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

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

Nelle Polizze Globale 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.



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

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

Nel 2021 è stato ulteriormente potenziato il sistema operativo New Age Sinistri.

Il sistema, nato nel 2001, nel corso di questi ultimi vent'anni è sempre stato aggiornato e sviluppato per rispondere in maniera efficace alle esigenze della gestione dei sinistri.

Le ulteriori novità introdotte nel 2021 hanno rappresentato un radicale upgrade del sistema che, pur preservandone le fondamenta, ne ha aumentato sostanzialmente le potenzialità sotto il profilo di:

- ▲ performance;
- ▲ tecnologie applicate;

migliorandone allo stesso momento la grafica e l'esperienza d'uso. Nel corso del 2021 la Compagnia ha rilasciato la nuova versione dell'applicativo a tutti i dipendenti, agenti e fiduciari.

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.

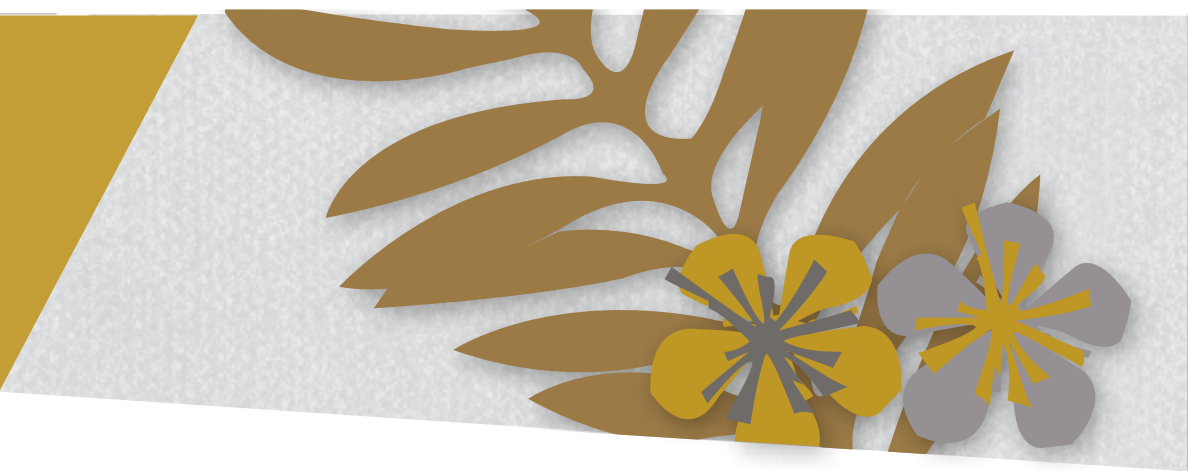
Il cliente può usufruire dei mezzi tradizionali per interloquire con la Compagnia (telefono, ricevimento al pubblico), accanto ai mezzi cd tradizionali, Vittoria ha

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

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

La nostra App permette al 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.

Nel 2021 è stato avviato il progetto di potenziare ulteriormente gli strumenti informatici a supporto della gestione liquidativa dei sinistri; i progetti già approvati e che verranno messi in produzione negli anni a venire tenderanno ancor più a velocizzare i processi di alimentazione delle informazioni che sono a disposizione del liquidatore per gestire una richiesta di risarcimento: si passerà da sistema di aggiornamento dei dati batch ad aggiornamenti online.



Innovazione

Il team della Direzione sinistri ha portato avanti l'ideazione, la creazione e l'accelerazione di processi che utilizzano logiche di RPA (Robotic Process Automation) e intelligenza artificiale, focalizzandosi sull'innovazione e sullo snellimento delle attività semplici.

Grazie all'uso di queste tecnologie basate sull'intelligenza artificiale, la lavorazione auto-

matizzata dei documenti relativi a specifiche fasi del processo sinistri ha permesso di dedicare le persone ad attività più complesse ove l'esperienza e la competenza garantiscono valore aggiunto nella definizione dei sinistri e nel servizio al Cliente.

Nell'ambito dello sviluppo e dell'innovazione, sono state perfezionate tecnologie innovative per una modalità snella e sicura della gestione delle

perizie su danni di frequenza (esempio acqua condotta e fenomeni elettrici). Il perito, già in sede di sopralluogo, può procedere alla compilazione di un modulo guidato per l'analisi della polizza rispetto al rischio, restituendo alla Compagnia le informazioni necessarie per la liquidazione del danno e nello stesso tempo anche per la valutazione del fabbisogno del cliente rispetto al bene assicurato.

Prevenzione delle frodi

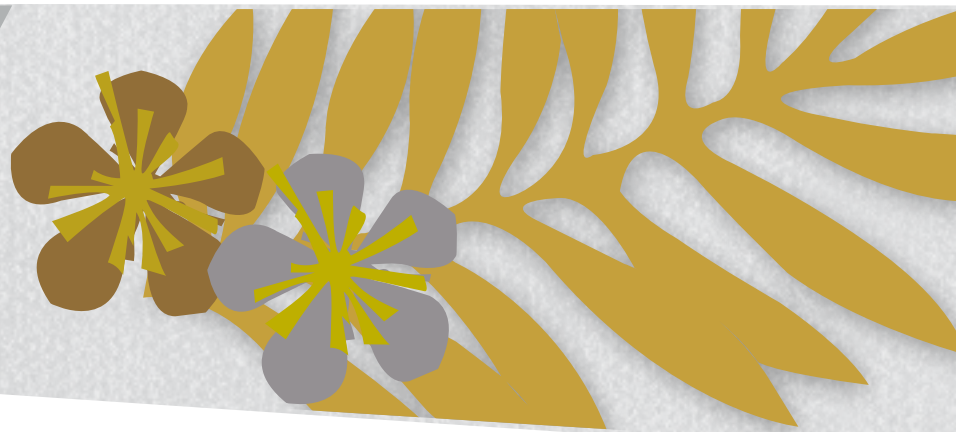
CONTRASTO AI FENOMENI FRAUDOLENTI

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'identificazione di gravi illegalità la Compagnia procede ad inoltrare querela presso le procure competenti sul territorio. I cambiamenti nei processi interni, l'implementazione di modelli statistici, la collaborazione con società di investigazione specializzate in indagini sul campo, sono tra le azioni strategiche messe in atto volte ad aumentare l'efficienza nel processo di prevenzione, individuazione e contrasto delle frodi. I rapporti diretti con le Autorità (Polizia, Carabinieri, Guardia di Finanza) che segnalano situazioni potenzialmente fraudolente (605 segnalazioni nel corso del 2021) anche di carattere asuntivo e/o fiscale, permettono di avere una visione, e quindi di segnalare alle divisioni inte-

ressate confrontandosi e collaborando con le medesime, anche su problematiche non attinenti ai sinistri. Nel 2021 in totale sono state evitate complessivamente liquidazioni per 9,3 milioni di euro per frodi accertate. Inoltre, nel corso degli anni 2020 e 2021, Vittoria ha depositato 76 querele denunciando complessivamente 426 persone. Il risparmio dell'esercizio 2021 in relazione al Ramo RCA, quantificato nel rispetto della Legge 27/2012 recepita dal Regolamento ISVAP n. 44, è risultato pari a 6,6 milioni di euro (di cui 6,1 per sinistri chiusi senza seguito). Tutte le informazioni vengono comunicate a IVASS e rese pubbliche sul sito della compagnia.



La gestione dei reclami

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

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

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

Reclami

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

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

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

Numero reclami totali		
	2021	2020
Reclami utente	2.252	2.256
Reclami IVASS	524	507
Reclami Totali	2.776	2.763



Reclami totali				
Esito	2021		2020	
	Numero	% su totale	Numero	% su totale
Accolti/Transati	349	15,5%	377	16,7%
Respinti	1.872	83,2%	1.847	81,9%
In corso di istruttoria	31	1,4%	32	1,4%
Totali	2.252	100%	2.256	100%

Giorni medi evasione reclami		
Reclami	2021	2020
Reclami Utente	11,04	12,43
Reclami IVASS	7,28	9,21

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.

Nel corso dell'anno, come per il 2020, non si sono registrati casi di violazione della privacy e perdita di dati.

AGENTI E INTERMEDIARI

Rete agenziale: la nostra presenza sul territorio

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

Di seguito la ripartizione del portafoglio Danni (Auto + RE +

Trasporti) della Compagnia al 31/12/2021:

- ▲ 40% agenzie;
- ▲ 47% subagenti;
- ▲ 12% broker;
- ▲ 1% banche.

Al centro della nostra strategia di sviluppo, la rete agenziale di Vittoria anche quest'anno si è contraddistinta per la sua professionalità, impegno e fedeltà fornendo un contributo unico e significativo che ha permesso il raggiungimento di risultati di crescita molto importanti.

Lo sviluppo è stato agevolato dall'avvio di numerosi progetti inseriti nel piano strategico aziendale.

Per migliorare le performance delle agenzie, è stato avviato il

progetto "Specialisti Sviluppo Clienti".

Questo progetto prevede l'inserimento presso le agenzie di uno specialista per supportare le stesse in tutti i processi commerciali; dalla pianificazione delle attività al contatto e gestione del cliente. Un nuovo gruppo di professionisti interamente dedicato al supporto delle Agenzie per il raggiungimento degli obiettivi di vendita e di redditività, attraverso il consolidamento di un metodo di programmazione commerciale basato sull'utilizzo degli strumenti messi a disposizione della Compagnia.

Il 2021 ha visto anche una serie di attività di potenziamento della rete secondaria, risorsa considerata fondamentale per il raggiungimento degli obiettivi di Compagnia. Questo obietti-

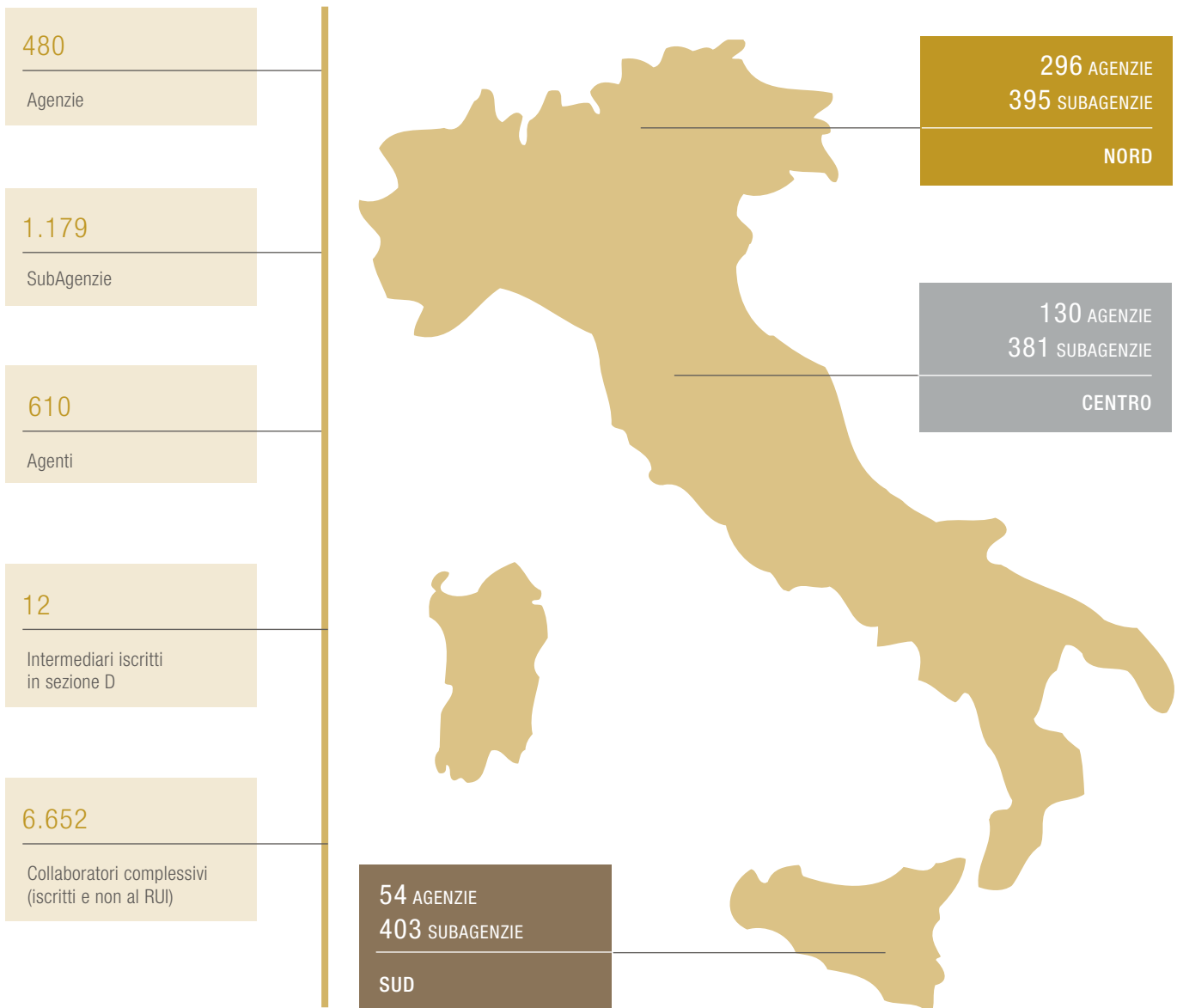


*Professionalità
e attenzione:
sono queste
le qualità che
fanno della
rete di Agenzie
il canale
privilegiato di
rapporto con
i Clienti*

vo è perseguito con l'avvio sia di progetti rivolti alla crescita interna dei profili con potenzialità, che di progetti di inserimento di novi intermediari del mercato. In tale contesto sono stati avviati tre progetti innovativi: Subagenti Top RE, Specialisti Rami Preferiti e Subagenti 2.0.

Il progetto "Subagenti Top RE" ha visto coinvolti 300 subagenti con maggiori potenzialità, per accelerarne la crescita in particolare nel settore non auto. Un ambizioso progetto formativo con la finalità di potenziare gli strumenti di busi-

ness a disposizione del gruppo di punta della rete secondaria di Vittoria. Si è voluto puntare sempre di più sulla creazione di valore per il cliente e la personalizzazione dell'offerta diversificando il target a cui ci rivolgiamo.





Il progetto "Specialisti Rami Preferiti" è volto a rafforzare sui rami Vita e RE un approccio commerciale sempre più prossimo a quello del "consulente globale della persona". Si tratta di un gruppo di oltre 60 professionisti il cui obiettivo è quello di affiancare le Agenzie nello sviluppo di una pianificazione pluriennale delle attività per esaltare la vendita, la qualificazione professionale ed il successo economico.

Il progetto "Subagenti 2.0", si pone di rivedere l'attività di intermediazione attraverso un modo "leggero" di interpretare il ruolo, focalizzato quasi esclusivamente sui aspetti commerciali, prevedendo un continuo afforzamento delle competenze sui Rami Elementari. Il progetto è propedeutico alla creazione delle nuove agenzie leggere che costituiranno nel prossimo quinquennio un ambito di sviluppo significativo.

Si prevede che, nell'arco del prossimo triennio, si aggiungeranno alle attuali agenzie altre 200 "leggere", composte da subagenti più snelle dal punto di vista amministrativo e più tecnologiche, ma che avranno gli stessi vantaggi degli agenti tradizionali.

Inoltre, è proseguito il consolidamento delle collaborazioni con il mondo dei broker, sia attraverso le Agenzie Speciali che le Agenzie del territorio.

La vendita è stata stimolata anche quest'anno attraverso l'organizzazione di gare di

vendita premianti che hanno visto coinvolte le figure professionali di Agenzia su più fronti: la gara 6 in marcia con Vittoria organizzata per tutte le Agenzie su 5 eventi distribuiti sull'intero anno, la gara Nuovo Modello Vittoria con te per stimolare la vendita attraverso il nuovo strumento di emissione di polizze e gara subagenti 2021 che ha visto coinvolti i partecipanti al progetto subagenti 2.0.

Tutti progetti i progetti commerciali hanno l'obiettivo comune di ampliare le competenze professionali attraverso diverse aree d'intervento che toccheranno anche nei prossimi anni aspetti tecnici, formativi, economici e commerciali.

Si è continuato a lavorare focalizzandoci sul potenziamento della rete distributiva con una continua attenzione sulla componente tecnologica: le Agenzie continuano ad avere un ruolo centrale nella nostra strategia di approccio al mercato ma la tecnologia permette di liberare tempo in favore della consulenza, il vero valore aggiunto che gli Agenti possono offrire.

Grazie al costante impegno della Compagnia, il percorso di innovazione e velocizzazione dei processi ha un nuovo tassello: la possibilità di contatto e di relazione digitale con il Cliente per il processo di vendita anche a distanza.

La Virtual Room e l'Identificazione del Cliente a distanza si

aggiungono al percorso di digitalizzazione iniziato con la FEA OTP (Firma Elettronica Avanzata One Time Password) e il pagamento del premio nell'Area riservata e nell'App My Vittoria.

Nell'anno della pandemia, tante certezze sono venute meno, come le frequentazioni sociali e la nuova prassi del distanziamento, ma altre sono emerse: molti servizi possono essere gestiti completamente a distanza e la relazione con il Cliente si è modificato in modo duraturo. Ora per le agenzie Vittoria l'intero processo di vendita può essere gestito con una nuova vicinanza: contatti e spazi digitali si aggiungono a contatti e spazi fisici con notevole risparmio di tempo.

Queste novità vanno verso una maggiore organizzazione delle attività d'agenzia, semplificando la vita delle Agenzie e del Cliente: un modo concreto per trasformare il cambiamento forzato in opportunità.

Con la Virtual room è possibile fissare appuntamenti senza convocare i clienti negli uffici; con l'identificazione del cliente a distanza tramite il riconoscimento facciale non serve più incontrare il Cliente di persona per attivare la FEA OTP, ma potrà farlo in autonomia digitalmente dall'Area Riservata permettendo di aprire e concludere tutto il processo di vendita a distanza: maggiore semplicità, maggiore attenzione all'attività di consulenza.

La relazione con i nostri Agenti

Nel 2021 si sono tenuti gli incontri con la rete di vendita in modalità digitale: i consueti incontri territoriali anche quest'anno non si sono potuti svolgere in presenza ma, nonostante la distanza sono stati molto produttivi.

Nell'arco dell'anno sono stati dedicati due incontri alle agenzie, e per la prima volta, si è tenuto un incontro dedicato ai subagenti che fanno parte del progetto "Subagenti 2.0".

In questo ultimo caso il dibattito si è concentrato sulla necessità di ribilanciare il mix di portafoglio clienti per dare ancora più priorità alla produzione Rami Elementari e, in un mercato dinamico e in continua evoluzione, continuare a competere ed eccellere nel panorama assicurativo. Si sono condivisi i risultati ottenuti e ci si è confrontati su come continuare questo cammino di crescita.

Per il quarto anno è stato stam-

pato il libro "Un anno di noi 2021" che racconta i principali progetti commerciali realizzati nel 2021 ma soprattutto, in occasione dell'anno del centenario della Compagnia, è stato dato ampio spazio alle persone di Agenzia: sono state pubblicate infatti le foto ricevute dalle agenzie che ritraggono Agenti e relativi team, fatti di impiegati e subagenti, che descrivono il loro modo di collaborare e stare insieme.

La web community #NoidiVittoria

Attraverso aggiornamenti quotidiani e l'ormai consolidata newsletter settimanale, "Noi di Vittoria" ha creato un canale informativo continuo tra la Compagnia e le Agenzie che ha permesso di comunicare in maniera continuativa attraverso strumenti più immediati (news, video, infografiche e tutorial).

Il portale è diventato punto di riferimento importante anche per le diverse funzioni aziendali che necessitano di un contatto diretto ed uno scambio immediato con la rete di vendita.

Infatti, oltre ai contenuti di carattere prettamente commerciale (gare di vendita, monitoraggi, progetti specifici), la rete può trovare riscontro immediato e approfondimenti su temi legati alle campagne di marketing, alle attività formative come il percorso Level up e l'Esperto Risponde e al lancio di nuovi strumenti tecnologici come Nuovo Modello Vittoria con te e quelli focalizzati sulla vendita a distanza.

La Community ha messo in primo piano le notizie principali che possono essere approfondite e discusse e gli oltre 200 contenuti che sono stati veicolati nell'arco dell'anno e riorganizzati con una nuova veste grafica.

Ma l'importante novità del 2021 è stata il lancio dell'APP di Noi di Vittoria che oggi consente agli utenti di accedere ai contenuti in maniera più diretta e restare sempre in contatto con la community anche in mobilità.

Dopo due anni e mezzo dalla nascita su Noi di Vittoria sono presenti 5.030 utenti registrati, con l'86% delle agenzie attive che effettua almeno un accesso a settimana per informarsi e aggiornarsi.

- ▲ 5.300 utenti registrati;
- ▲ 100% agenzie attive;
- ▲ 86% agenzie che accedono almeno una volta alla settimana;
- ▲ 204 news pubblicate;
- ▲ 1.670 commenti;
- ▲ 10.669 riconoscimenti (medaglie) assegnati per gare di vendita e contest on line.

La formazione agenziale

Piano annuale di formazione

In continuità con quanto impostato nel 2020, la Formazione Reti si è impegnata per limitare gli effetti negativi legati all'e-

mergenza Covid-19 promuovendo interventi per supportare in modo concreto l'operatività quotidiana delle Agenzie; in aggiunta, i contenuti della formazione hanno seguito e seguono sempre più la tendenza a trasformarsi da trattativa a con-

sulenza assicurativa e ad una proposta di vendita sempre più etica. In particolare, ci siamo posti l'obiettivo di offrire consulenze complete e su misura, tarate sulle esigenze assicurative dei clienti.

Level Up

Il progetto level UP nasce dalla volontà di accompagnare la Rete in un percorso di change management che mira a stimolare nuovi comportamenti di vendita che mettono sempre più il cliente al centro.

Il progetto di formazione si sviluppa parallelamente al rilascio della nuova versione di Vittoria con te (Vct), sintesi funzionale ed efficace dei punti di forza proposti dagli attuali sistemi di emissione (New Age e Vittoria Con Te nella versione in uso).

Vct è infatti l'elemento fondante su cui si sviluppa il nuovo mo-

dello di vendita per garanzie e che consente la gestione in un'unica trattativa di tutte le aree di interesse dei clienti.

Level UP è un ambizioso progetto di formazione che stimola a ragionare sulle motivazioni del cambiamento del proprio stile di vendita per arrivare a comprendere come fare un salto di livello (level UP) nella gestione della relazione con il cliente, supportati da uno strumento evoluto che permette di personalizzare l'offerta creando un prodotto tagliato su misura per il singolo cliente.

La logica della vendita del prodotto è stata quindi supera-

ta con Vct. La grande sfida e opportunità è quindi ora quella di ripensare il proprio modo di essere, la propria identità per porsi sul mercato e verso i propri clienti in maniera contemporanea.

Comprendere come cambia il contesto, il mercato e di conseguenza il proprio ruolo consente di trasformare la vendita in consulenza.

Con Vct e level UP si intende mettere il cliente al centro creando una relazione con il cliente che crei consapevolezza e soddisfazione rispetto non solo al cosa si acquista, ma anche al come.



Il Cliente è a distanza... ma sempre al centro

Vendere da remoto è ormai una realtà a cui la Rete si avvicina ogni giorno, pertanto la Formazione Reti ha predisposto un percorso attivo per motivare gli intermediari al nuovo ciclo di vendita, ma soprattutto allenare all'utilizzo delle nuove metodologie e delle tecniche fondamentali per una vendita di successo. Il progetto è stato avviato nella seconda metà del 2021 e aperto a tutti i ruoli, ma dato il successo riscosso e l'attualità dei temi trattati, sarà riproposto nei primi mesi del 2022.

Per sviluppare le nuove competenze di vendita digitale sono stati affrontati il tema della differenza tra vendita in presenza e vendita a distanza, dando spunti pragmatici su come organizzare il setting e strutturare i tempi dell'incontro, come porre le domande, come cogliere il non verbale del cliente attraverso lo schermo e come rendere la comunicazione online più efficace; inoltre il corso si è intrecciato con i temi della Virtual Room, ambiente sviluppato dalla Compagnia per una vendita a distanza agile e conforme alla normativa.

Il percorso prevede tre livelli per

permettere a tutti di accedere inizialmente a contenuti base tramite un corso online, su base volontaria è poi possibile proseguire con gli approfondimenti attraverso aule virtuali fino ad un livello ancora più avanzato che prevede un coaching individuale di rinforzo di quanto appreso in aula.

Molti partecipanti hanno realizzato dei video per testimoniare il forte apprezzamento del corso e le ricadute positive sulla loro attività, abbiamo pertanto scelto di dedicare su "Noi di Vittoria" uno spazio riservato in cui pubblicare i video e valorizzare i partecipanti che si sono maggiormente messi in gioco, riconoscendo loro dei premi.



Più vicini ai Clienti con una comunicazione efficace

Per una trattativa efficace è fondamentale conoscere prodotti, garanzie, aspetti tecnici e modalità di emissione, ma non bisogna trascurare la componente umana nella relazione con il Cliente: l'attenzione al Cliente permette di fare la differenza nella consulenza assicurativa e se impostata con serietà e professionalità permette di promuovere una relazione soddisfacente e costruttiva.

Con l'intenzione di accrescere le soft skill degli intermediari, abbiamo progettato un percorso formativo che si pone gli obiettivi di prendere consapevolezza della propria comunicazione non verbale e

para-verbale e sviluppare la sensibilità di riconoscere i segnali che invia il Cliente.

Il percorso si avvale della metodologia blended, già collaudata nel 2020, che prevede un modulo e-learning per introdurre gli argomenti principali e un questionario di autovalutazione per capire quale livello di padronanza hanno i partecipanti della comunicazione non verbale; successivamente sono stati organizzati due incontri webinar a distanza di una settimana in cui i partecipanti si sono messi alla prova con simulazioni ed esercitazioni.

Infine, i partecipanti hanno avuto l'opportunità di aderire ad un'ulteriore fase di allenamento in cui affrontavano stimolanti sfide audio e video in cui mettere in pratica le strategie migliori per interpretare e gestire al meglio la comunicazione para-verbale e non verbale, ricevendo al termine un feedback personalizzato dal formatore.

L'aspetto più importante della comunicazione è ascoltare ciò che non viene detto

Peter F. Drucker



PARTNER COMMERCIALI E PROFESSIONALI



I partner commerciali

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

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

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

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 5.439 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.

5.439

Imprese associate a Confcommercio

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 2021 erano 76.210 gli equipaggi che hanno affidato la copertura delle loro autocaravan e delle loro famiglie a Vittoria assicurazioni.

76.210

Equipaggi camper

FEDERAZIONE ITALIANA TENNIS

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

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

ACLI

Il 16 dicembre 2021 nasce Aspevi Acli, la nuova società di servizi fondata da Acli (Associazioni Cristiane Lavoratori Italiani) e Vittoria Assicurazioni, con l'obiettivo di fornire al mondo Acli le soluzioni assicurative ideate da Vittoria.

La neonata azienda, con sede a Roma, offrirà consulenza e servizi di tutela assicurativa a tutti i soggetti del sistema Acli

- associati
- dipendenti
- utenti dei servizi

nonché al mondo del Terzo Settore e del volontariato.

Il progetto coinvolgerà l'intero territorio nazionale, attraverso la capillare rete degli sportelli del Caf Acli, presenti in tutta Italia.

Una vicinanza alle persone, che si traduce sia nella prossimità fisica che nella cura e nella dedizione che caratterizzano i servizi erogati dall'Associazione.

29.392

Soci e dipendenti Touring Club Italiano

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 2021 erano 29.392 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.

246.840

Appartenenti alle Forze Armate e Forze dell'Ordine

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 246.840 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.



I partner professionali e le politiche responsabili di acquisto

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Nel 2021 abbiamo coinvolto nell'approvvigionamento di beni, servizi e lavori in appalto 2.322 fornitori, il 96% dei quali con sede in Italia, per un valore di 72,6 milioni di euro, di cui 5,7 milioni riferiti a fornitori di attività esternalizzate essenziali o importanti.

TERRITORIO E COLLETTIVITÀ

Diamo ascolto ai nostri stakeholder

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

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

a beneficio della collettività alla quale sentiamo di appartenere.

Economia circolare

Una nuova dimensione che sta trasformando il nostro presente ed inciderà significativamente sul nostro futuro: l'economia circolare è un modello di produzione e consumo che mira ad estendere il più possibile il ciclo di vita dei prodotti attraverso condivisione, riutilizzo, ricondizionamento ed il riciclo dei materiali. I vantaggi di que-

sto modello economico sono innumerevoli, tra cui riduzione della pressione sull'ambiente, maggiore disponibilità di materie prime, aumento della competitività e dell'occupazione.

Con questo obiettivo, Vittoria Assicurazioni continua a sostenere il progetto dell'impresa sociale Fenixs, alla quale ha donato più di 100 dispositivi informatici (fra PC e telefoni), che i detenuti del carcere di

Bollate hanno rigenerato per renderli accessibili alla collettività. Attraverso quest'iniziativa, il 95% del materiale ricevuto e ricondizionato è stato venduto, tramite il Mercato Elettronico della Pubblica Amministrazione a privati ed aziende.

In tal modo, i detenuti hanno potuto svolgere attività utili alla loro formazione professionale ed al loro futuro reinserimento nel mondo del lavoro.



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

La rete agenziale di Vittoria Assicurazioni per gli altri

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

Anche quest'anno diverse Agenzie si sono rese protagoniste di iniziative solidali verso gli altri.

Di seguito cinque scelte tra le piccole/grandi azioni che riescono a far stare insieme due concetti fondamentali per la comunità Vittoria: l'aiuto agli altri e la gratuità.

Cinque azioni compiute nei confronti di chi vive momenti di necessità, che ha bisogno di

aiuto e assistenza, talvolta anche con grande urgenza:

- ▲ Agenzia di Cazzago di Pianiga – Finanziamento del "Progetto Luisa" dedicato alle giovani donne con predisposizione familiare alle malattie oncologiche mammarie;
- ▲ Agenzia di Firenze Ovest – Sostegno all'Associazione Sportiva Rari Nantes Florentia che nel 2021 ha portato ben 3 nuotatori alle Olimpiadi di Tokyo ed 1 argento nella staffetta 4x4;
- ▲ Agenzia di Casatenovo – Fondazione e supporto alla gestione della Scuola Paritaria di ispirazione Cristiana denominata "la traccia", con

sede in Brianza;

- ▲ Agenzia di Civitavecchia – Sponsorizzazione della manifestazione per la prevenzione oncologica "Diamo valore ad ogni giorno della vita" che si è tenuta nel comune di Civitavecchia il 19 giugno 2021;
- ▲ Agenzia di Rivoli - Collaborazione con l'associazione Collegno Basket e la carrozzeria convenzionata Dream Car per un'iniziativa benefica che sostiene i meno fortunati di Torino e aiuta a responsabilizzare i giovani locali: distribuzione di sacchi a pelo per i senzatetto consegnati in varie zone della città dai ragazzi della squadra.

Il nostro impegno

- ▲ 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/>

- ▲ Con l'acquisto degli omaggi natalizi per i dipendenti, Vittoria Assicurazioni ha aderito alla Campagna Natalizia "Per Natale vorrei un abbraccio" della Lega Italiana per la Lotta contro i Tumori. I fondi raccolti andranno a sostegno del progetto

“Child Care” cinque servizi a favore dei bambini malati oncologici che, da ogni parte d'Italia e dell'estero vengono a Milano insieme alle loro famiglie per curarsi.

- ▲ Fondazione Teatro alla Scala: la Compagnia sostiene la Fondazione Milano per la Scala che ha l'obiettivo di promuovere e sostenere il Teatro e le sue iniziative.
- ▲ Milano Sport Tennistavolo: la nostra Compagnia spon-

sorizza il centro sportivo, il quale da sempre si impegna nel far appassionare i giovani allo sport.

- ▲ Istituto Internazionale Di Diritto Umanitario: la Compagnia sostiene l'Ente non governativo indipendente e senza fini di lucro fondato nel 1970 a Sanremo con l'obiettivo principale di promuovere lo sviluppo e l'applicazione del diritto uma-

nitario e dei diritti umani. In oltre cinquant'anni di attività, più di 15.000 esperti civili e militari in rappresentanza di circa 190 Paesi hanno preso parte ai corsi, seminari e convegni organizzati dall'Istituto, contribuendo a creare quello che è diventato universalmente noto come il "dialogo umanitario nello spirito di Sanremo".



Fondazione Carlo Acutis

La consapevolezza che il perseguimento dell'oggetto sociale debba tendere ad un orizzonte più ampio, dove alla creazione di valore economico si affianchi per quanto possibile la creazione di valore etico e sociale ci ha portato, a settembre 2020, ad aderire alla proposta del nostro Presidente Emerito di partecipare alla costituzione di una fondazione non lucrativa di utilità sociale “Fondazione Carlo Acutis – Organizzazione Non Lucrativa di Utilità Sociale”.

La Fondazione Carlo Acutis ha per oggetto la promozione, lo sviluppo e il coordinamento di iniziative di pubblica utilità con l'obiettivo di restituire dignità e speranza alle persone in difficoltà, prendersi cura del territorio con progetti di supporto sociale, di sostegno alla cultura, in particolare ai beni di interesse storico artistico e di ricerca scientifica con finalità sociale.

La Fondazione fa riferimento alla testimonianza di vita del Beato Carlo Acutis.

L'attività della Fondazione si basa sugli strumenti dell'impresa, a partire dalla capacità progettuale e relazionale e con una missione: contribuire ad ispirare e produrre una trasformazione positiva nel mondo, per far contare ogni vita.

Ad un anno dalla nascita sono stati avviati diversi progetti in ambito culturale e filantropico, a livello nazionale e internazionale.

- ▲ a Milano un progetto contro la dispersione scolastica e una borsa di studio biennale per universitari meritevoli e in difficoltà economiche;
- ▲ a Torino un laboratorio digitale per i giovani e una borsa lavoro;
- ▲ ad Assisi un contributo alla Mensa dei Poveri e al Restauro del Santuario della Spogliazione;
- ▲ in Tanzania e Ruanda due progetti per supportare le popolazioni più svantaggiate e favorire ai bambini l'accesso scolastico e sanitario;
- ▲ al Cairo un contributo per la realizzazione del progetto orfanotrofico Oasi della Pietà.

Iniziative di Vittoria per la collettività

▲ Laboratorio UniParma: progetto nato nel 2016 con il dipartimento di economia dell'Università di Parma. I partecipanti al laboratorio hanno la possibilità di conoscere da vicino i principali processi organizzativi della Direzione Centrale di Vittoria

Assicurazioni. Grazie a questo progetto, e al supporto di diversi professionisti di Vittoria Assicurazioni nel ruolo di docenti, gli studenti potranno esercitarsi all'interno di un ambiente protetto nel riprodurre l'organizzazione, l'amministrazione e

la gestione del portafoglio e della rete agenziale da parte di una compagnia assicurativa e porre solide basi per la creazione di una professionalità maggiormente spendibile all'interno del mercato del lavoro.



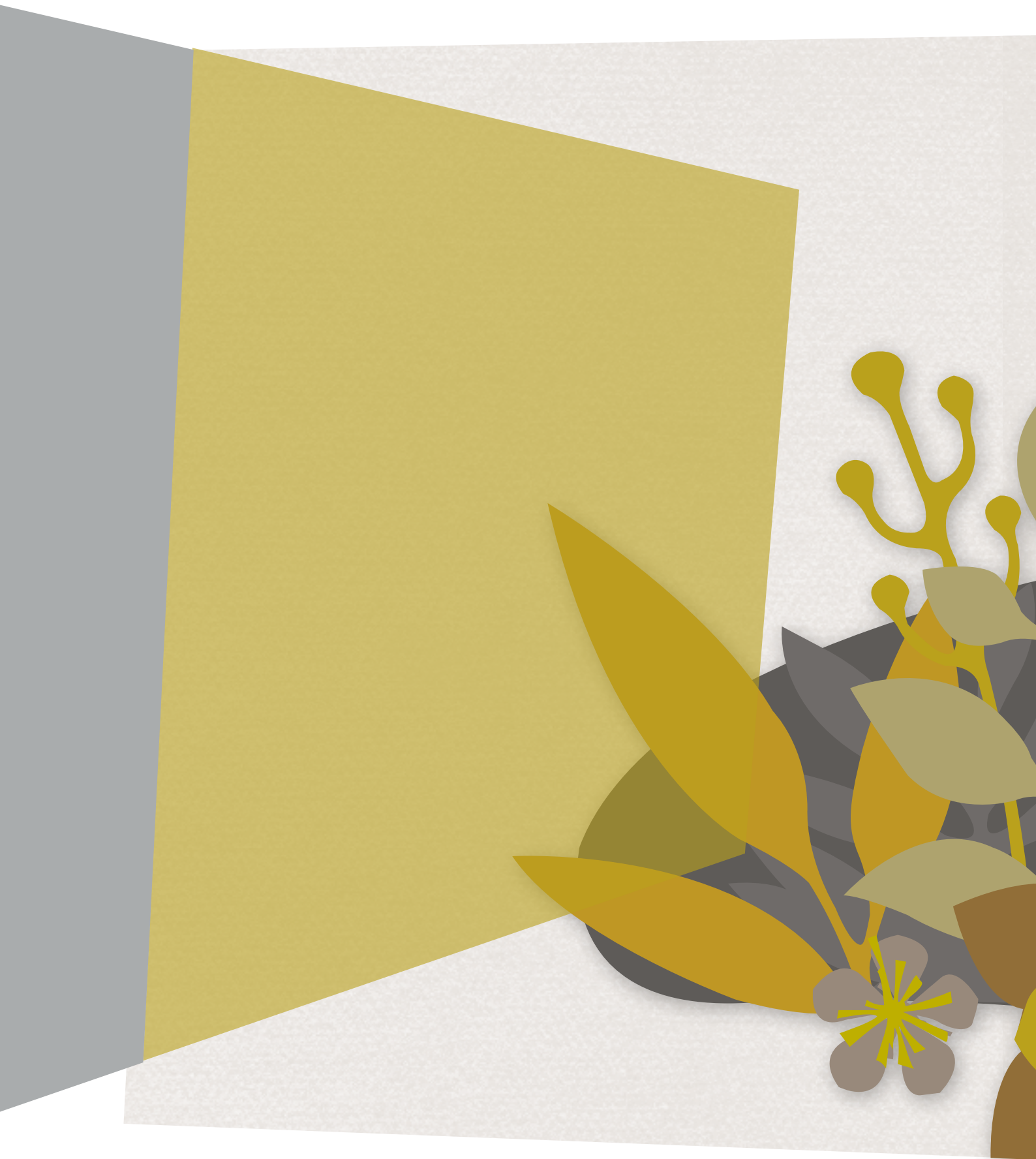


Il nostro ruolo nel ridisegno del paesaggio urbano

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

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

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





SOSTENIBILI
PER SCELTA





L'ATTENZIONE AGLI IMPATTI AMBIENTALI

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

L'impegno sul tema del cambiamento climatico

Uno dei potenziali maggiori rischi socio-economici per la nostra società, secondo il WEF, è l'incapacità di affrontare i cambiamenti climatici. Il Dottor Andrea Acutis, in rappresentanza della Vittoria Assicurazioni, è membro 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'as-

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

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

Innoviamo per l'ambiente

Le soluzioni tecnologiche all'avanguardia in cui Vittoria Assicurazioni ha deciso di investire hanno permesso di ridurre gli

impatti negativi sull'ambiente, grazie alla minore necessità di spostamenti e ai minori consumi cartacei. In virtù dell'attenzione all'ambiente ed all'innovazione, valori che da sempre contraddistinguono le scelte della Compagnia, dal 2020 grazie al progetto "Vittoria Bike"

sono disponibili nella sede di Milano monopattini elettrici, un mezzo di trasporto ad impatto zero sull'ambiente. Nel 2021 sono state allestite diverse isole ricche di piante e vegetazione presso gli ingressi del piano terra e del piano piazza.

Portale Unico di Comunicazione

Il Portale Unico di Comunicazione (PUC), in funzione dal 2016, è una piattaforma interna che consente di relazionarsi

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

Dematerializzazione e firme elettroniche

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

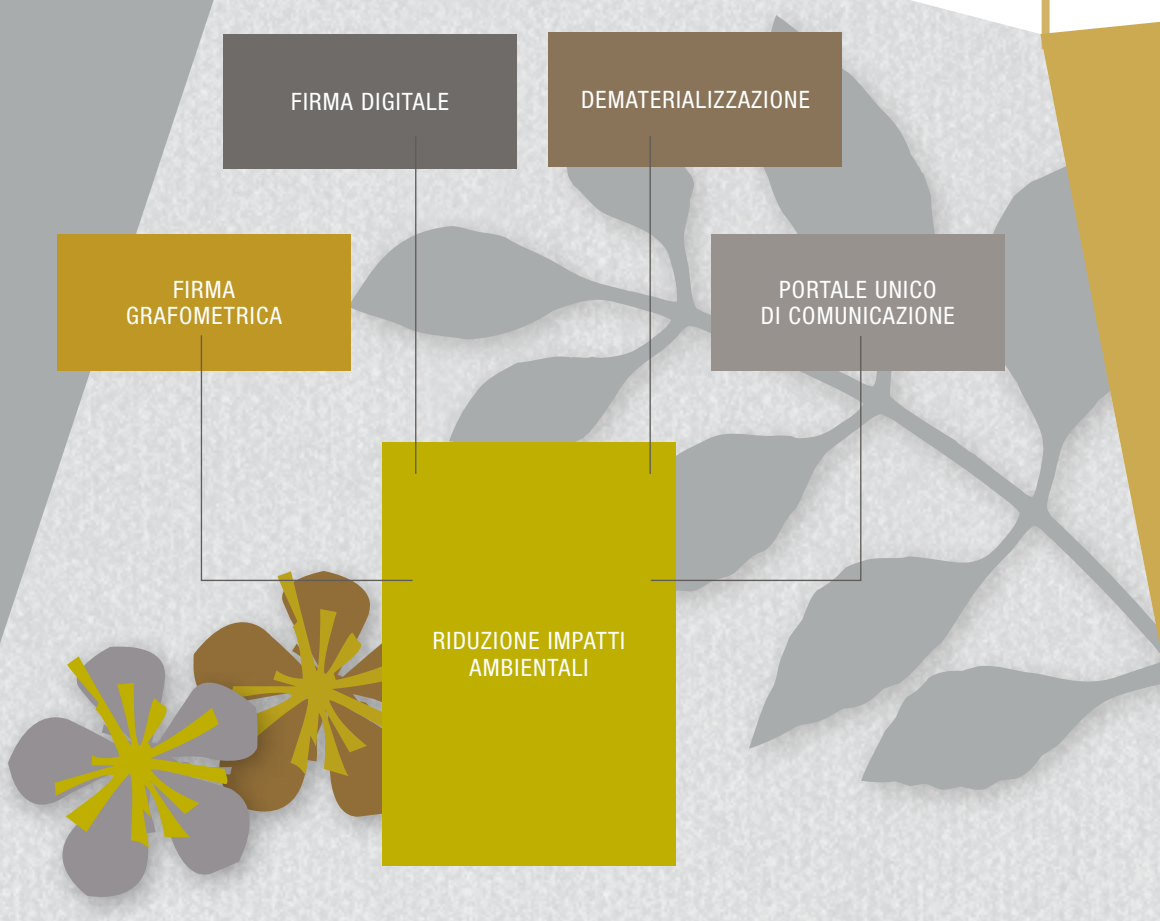
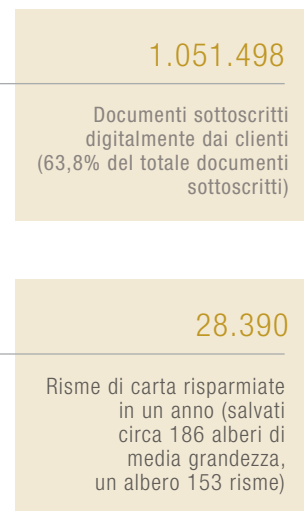
stione dei sinistri, iniziato da oltre 5 anni, attraverso funzionalità innovative nei sistemi a supporto dei processi industriali di Direzione, dei partner e della rete dei distributori i cui risultati, in termini di acquisto di risme di carta sta portando i primi risultati evidenti. Allo stes-

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

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

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

digitalmente nell'area Riservata Vittoria. In quest'ottica vanno visti gli investimenti finalizzati al miglioramento dell'area Riservata Vittoria. In particolare, nel 2021 l'utilizzo della firma elettronica avanzata è stato accettato da 1.996.893 clienti, che hanno sottoscritto elettronicamente 1.051.498 documenti, corrispondenti al 63,8% del totale dei documenti sottoscritti, con una riduzione del consumo totale di carta di 28.390 risme. 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, già a partire dal 2017 è sta-

ta attivata una nuova modalità di distribuzione in forma elettronica della documentazione da esporre in incontri istituzionali e con la comunità finanziaria.

La Cyber-security

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

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

L'innovazione digitale porta evi-

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

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

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

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

Cyber Security: suggerimenti e consigli

Per tenere alta l'attenzione sui temi legati alla cyber security, nel corso del 2021 è stata introdotta sul portale vittoria people

una rubrica a cadenza settimanale di suggerimenti e consigli molto attuali sulla sicurezza informatica e sui principali "accadimenti" legati alla sicurezza informatica nel mondo virtuale.

E' inoltre stata proposta una survey rivolta a tutta la popolazione aziendale in modo da

raccogliere feedback e indicazioni su come sviluppare all'interno dell'Azienda questi temi che sono delicati e importanti e sui quali la Compagnia pensa che vada creata sempre maggiore sensibilità e condivisione.

Consumi energetici diretti

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

cendo le emissioni dirette di CO2 nell'ambiente. A maggior supporto, la Travel Policy invita tutti i dipendenti a prediligere, per i viaggi di lavoro di media e lunga distanza, l'utilizzo del treno. Infine, per incentivare il trasporto collettivo, il CRAL (Centro Ricreativo Aziendale dei Lavoratori) ha esteso le convenzioni sui trasporti anche ai treni regionali, oltre che ad ATM (Azienda Trasporti Milanese) per il trasporto locale, con alla possibilità di addebitare mensilmente l'importo direttamente in busta paga. Tra i diversi progetti in termini di sostenibilità e welfare aziendale rientra il progetto "Vittoria Bike"

con lo scopo di fornire gratuitamente un servizio di mobilità ai dipendenti con mezzi a zero impatto ambientale, come i monopattini elettrici brandizzati. I monopattini vengono utilizzati dai dipendenti prevalentemente in pausa pranzo e sono un' apprezzata alternativa agli spostamenti in auto. Possono essere utilizzati anche per il tragitto casa-lavoro. A completamento del progetto, a breve la Compagnia si doterà anche di biciclette elettriche.

Consumi energetici all'interno dell'organizzazione 2021

Tipologia di consumo	Unità di misura	2021		2020		Trend 2020/2021
		Totale	Totale GJ	Totale	Totale GJ	
COMBUSTIBILI NON RINNOVABILI						
Gas metano (gas naturale)	Smc	14.145	499	15.905	561	-11%
Gasolio per riscaldamento	litri	212	8	467	17	-55%
Gasolio per autotrazione (consumi per mezzi di proprietà e in leasing di lunga durata)	litri	13.706	494	20.642	743	-34%
Benzina per autotrazione (consumi per mezzi di proprietà e in leasing di lunga durata)	litri	46.352	1.479	44.493	1.410	5%

I dati 2020 sono stati riesposti per un affinamento della metodologia di calcolo.



I consumi energetici indiretti

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

L'impiego di sistemi di gestione domotica avanzata ha consentito di mettere al centro la persona ed il risparmio energetico: la climatizzazione degli ambienti è personalizzabile in

maniera autonoma dai singoli utenti garantendone così elevati standard di comfort, mentre impianti di illuminazione dinamici adattano l'intensità luminosa alle condizioni di luce esterna e governano autonomamente l'accensione in base alla presenza di persone.

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

za degli impianti e degli spazi utilizzati. L'analisi approfondita dei propri consumi e la costante collaborazione con tecnici specializzati, ha consentito nel tempo, di identificare soluzioni innovative e nuovi punti di attenzione in grado di minimizzare gli impatti sull'ambiente che ci circonda. La conoscenza di tali dati ed informazioni ha permesso quindi di definire strategie mirate a concentrare ed organizzare al meglio gli sforzi.

Consumi energetici all'interno dell'organizzazione 2021

Tipologia di consumo	Unità di misura	2021		2020		Trend 2020/2021
		Totale	Totale GJ	Totale	Totale GJ	
ENERGIA ELETTRICA						
Energia elettrica acquistata	kWh	3.218.673	11.587	2.967.049	10.663	9%
di cui da fonti rinnovabili (certificata. es: sotto garanzia d'origine)	kWh	0		0		
Energia elettrica autoprodotta e venduta/ceduta in rete	kWh	0		0		
Energia elettrica autoprodotta e autoconsumata (da impianti fotovoltaici)	kWh	100.664	362	86.180	310	17%





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

Le emissioni in atmosfera

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

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

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

Emissioni dirette e indirette in atmosfera				
Consumo di energia	Unità di misura	2021	2020	2021/2020 Trend
SCOPE 1				
Gas metano (gas naturale)	tCO2eg	28,05	31,56	-11%
Gasolio per riscaldamento	tCO2eg	0,57	1,24	-54%
Gasolio per autotrazione (indicare solamente consumi per mezzi di trasporto di proprietà e in leasing di lunga durata)	tCO2eg	36,29	54,64	-34%
Benzina per autotrazione (indicare solamente consumi per mezzi di trasporto di proprietà e in leasing di lunga durata)	tCO2eg	108,12	103,38	5%
SCOPE 2				
Energia elettrica acquistata - Location based	tCO2eg	916	877	4%
Energia elettrica acquistata - Market based	tCO2eg	1.477	1.380	7%
Energia elettrica autoprodotta - Location based	tCO2eg	0	0	n.a.
Energia elettrica autoprodotta - Market based	tCO2eg	0	0	n.a.
Totale emissione (Scope 1 e Scope 2 Location Based)	tCO2eg	1.089	1.068	2%
Totale emissione (Scope 1 e Scope 2 Market Based)	tCO2eg	1.650	1.571	5%

Per il "Location-based", il coefficiente di emissione utilizzato per l'Italia è pari a 284,5 gCO2/kWh anno 2021 e 296,0 gCO2/kWh anno 2020 (Fonte: Rapporto ISPRA 2020).

Per il "Market-based", coefficiente di emissione utilizzato per l'Italia è pari a 459 gCO2/kWh anno 2021 e 466 gCO2/kWh anno 2020 (Fonte: AIB 2019-2020).

Per il calcolo delle emissioni di Scope 1 riferite all'anno 2021 e 2020 sono stati utilizzati i coefficienti ISPRA. Le emissioni dello Scope 2 - Market Based sono espresse in tonnellate di CO2.





I consumi di materiali

Vittoria Assicurazioni utilizza solo carta certificata Ecolabel. Al fine di ridurre la quantità di carta utilizzata e limitare gli

sprechi, i dispositivi di stampa presenti negli uffici sono impostati di default sulla stampa in fronte/retro e in bianco/nero. L'obiettivo prefissatosi lo scorso anno consisteva in un'ulteriore razionalizzazione dei dispositivi di stampa, a tal fine le stampanti a colori di pia-

no sono oggi attivabili solo con conferma tramite badge, così da poter eliminare preventivamente le stampe errate.

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

Materiali utilizzati per peso e volume

Materiali non rinnovabili		VITTORIA ASSICURAZIONI - SEDE		
Anno	2021	2020	UdM	
Numero di risme di carta	2.682	2.494	risme	
Carta in Kg	6.797	6.405	Kg	
Toner	248	242	unità	

Le risme A3 sono state calcolate come 2 risme A4

Lo smaltimento dei rifiuti prodotti

La Compagnia continua ad effettuare la raccolta differenziata di carta, plastica, latta, toner, neon, pile e umido; a tale scopo negli uffici e negli spazi comuni, quali "printer

corner", area break e palestra, sono presenti i cestini appositi. Nell'area break sono stati creati dei corner "Plastic Free" ed i distributori sono stati dotati di bicchieri e palette compostabili. Infine sono state installate delle colonnine di acqua microfiltrata e la Compagnia ha dotato tutti i dipendenti di una borraccia per ridurre al minimo l'acqui-

sto di bottigliette di plastica. Per la gestione dei rifiuti e per il loro smaltimento ci si avvale di Amsa, società del Comune di Milano.

I toner e i neon sono affidati agli appaltatori dei contratti di servizi per il corretto smaltimento secondo le norme previste dalla legge.

PERIMETRO D'IMPATTO DELLE TEMATICHE RILEVANTI

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

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

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

General standard disclosure		
Indicatore GRI	Note	Pag.
PROFILO DELL'ORGANIZZAZIONE		
102 - 01 Nome dell'Organizzazione		2
102 - 02 Principali marchi, prodotti e/o servizi		80-82
102 - 03 Sede del quartier generale dell'organizzazione		128,130
102 - 04 Numero di Paesi nei quali opera l'Organizzazione, nome dei Paesi nei quali l'Organizzazione svolge la maggior parte della propria attività operativa o che sono particolarmente importanti ai fini delle tematiche di sostenibilità richiamate nel report	Il Gruppo opera sul territorio italiano	6-8, 91-92
102 - 05 Assetto proprietario e forma legale		2-3
102 - 06 Mercati serviti (inclusendo analisi geografica, settori serviti, tipologia di consumatori/beneficiari)		76,80-83
102 - 07 Dimensione dell'Organizzazione		51-53
102 - 08 Numero totale dipendenti per contratto, sesso, genere	Il Gruppo si avvale di collaboratori esterni solo per attività accessorie	53-54
102 - 09 Catena di fornitura		100
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. 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.	98-100
STRATEGIA		
102 - 14 Lettera del Presidente e dell'Amministratore Delegato in merito all'importanza della sostenibilità per l'Organizzazione e la strategia dell'Organizzazione in materia di sostenibilità		4, 24-29



General standard disclosure

Indicatore GRI	Note	Pag.
ETICA E INTEGRITÀ		
102 - 16	Descrizione dei valori, principi, standard e norme di comportamento dell'Organizzazione	20, 21-22
GOVERNANCE		
102 - 18	Struttura di Governance dell'Organizzazione	32-35
102 - 22	Composizione del più alto organo di governo e dei suoi comitati	32-35
COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER		
102 - 40	Elenco dei gruppi di stakeholder con cui l'Organizzazione entra in contatto	10-11
102 - 41	Accordi di contrattazione collettiva	57
102 - 42	Criteri utilizzati per identificare e selezionare i principali stakeholder	10-11
102 - 43	Approccio dell'Organizzazione all'attività di stakeholder engagement	10-11
102 - 44	Aspetti chiave emersi dall'attività di stakeholder engagement e modalità con la quale l'Organizzazione ha risposto a tali aspetti	10-11
REPORTING PRACTICE		
102 - 45	Entità incluse nel Bilancio Consolidato	6-8
102 - 46	Processo per la definizione del contenuto del report e degli aspetti materiali	6-8
102 - 47	Identificazione degli aspetti materiali	10-12
102 - 48	Modifiche di informazioni contenute nei precedenti report	6-8, 104
102 - 49	Cambiamenti significativi in termini di temi materiali e loro perimetro	6-8
102 - 50	Periodo di rendicontazione	6-8
102 - 51	Data di pubblicazione del report più recente	6-8
102 - 52	Periodicità della rendicontazione	6-8
102 - 53	Contatti per informazioni sul report	6-8
102 - 54	Opzione GRI scelta dall'organizzazione per il report	6-8
102 - 55	Indice dei contenuti GRI	116-124
102 - 56	Attestazione esterna	125-126

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, 116
103 - 2	Approccio di Gestione alla tematica	42-46
103 - 3	Valutazione dell'approccio di gestione alla tematica	42-46
Indicatori		
201 - 1	Valore economico diretto generato e distribuito	42-46
207 - 1	Imposte	45
ANTICORRUZIONE Tematica materiale: Anticorruzione		
Approccio manageriale		
103 - 1	Spiegazione dei temi materiali e perimetro	38,108
103 - 2	Approccio di Gestione alla tematica	38
103 - 3	Valutazione dell'approccio di gestione alla tematica	38
Indicatori		
205 - 2	Comunicazione e formazione su policy e procedure anti-corruzione	38
205 - 3	Casi di corruzione accertati e azioni intraprese	Nel corso del 2021 non si sono registrati episodi di corruzione accertati 38
COMPORAMENTI ANTI-COMPETITIVI Tematica materiale: Governance e Compliance		
Approccio manageriale		
103 - 1	Spiegazione dei temi materiali e perimetro	39,116
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		
ENERGIA		
Tematica materiale: Impatti ambientali		
Approccio manageriale		
103 - 1	Spiegazione dei temi materiali e perimetro	108-110 116
103 - 2	Approccio di Gestione alla tematica	108,110-105
103 - 3	Valutazione dell'approccio di gestione alla tematica	108,110-105
Indicatori		
302 - 1	Consumo di energia all'interno dell'Organizzazione	111-112
EMISSIONI		
Tematica materiale: Impatti ambientali		
Approccio manageriale		
103 - 1	Spiegazione dei temi materiali e perimetro	113- 114,116
103 - 2	Approccio di Gestione alla tematica	113
103 - 3	Valutazione dell'approccio di gestione alla tematica	113
Indicatori		
305 - 1	Emissioni dirette di gas serra (Scope 1)	113
305 - 2	Emissioni indirette di gas serra (Scope 2)	113
<p>Per il "Location-based", il coefficiente di emissione utilizzato per l'Italia è pari a 284,5 gCO₂/kWh anno 2021 e 296,0 gCO₂/kWh anno 2020 (Fonte: Rapporto ISPRA 2020). Per il "Market-based", coefficiente di emissione utilizzato per l'Italia è pari a 459 gCO₂/kWh anno 2021 e 466 gCO₂/kWh anno 2020 (Fonte: AIB 2019-2020). Per il calcolo delle emissioni di Scope 1 riferite all'anno 2021 e 2020 sono stati utilizzati i coefficienti ISPRA. Le emissioni dello Scope 2 - Market Based sono espresse in tonnellate di CO₂.</p>		
COMPLIANCE AMBIENTALE		
Tematica materiale: Governance e Compliance		
Approccio manageriale		
103 - 1	Spiegazione dei temi materiali e perimetro	113, 116
103 - 2	Approccio di Gestione alla tematica	108
103 - 3	Valutazione dell'approccio di gestione alla tematica	108

Specific standard disclosure		
Indicatore GRI	Note	Pag.
CATEGORIA AMBIENTALE		
COMPLIANCE AMBIENTALE Tematica materiale: Governance e Compliance		
Indicatori		
307 - 1 Non-compliance e regolamenti e leggi in materia ambientale	Nel corso del 2021 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		52-54,116
103 - 2 Approccio di Gestione alla tematica		52-54
103 - 3 Valutazione dell'approccio di gestione alla tematica		52-54
Indicatori		
401 - 1 Nuovi assunti e turnover del personale		55-56
401 - 2 Benefit offerti a dipendenti a tempo pieno che non sono offerti a dipendenti a tempo determinato o part-time		70
GESTIONE DELLE RELAZIONI CON I LAVORATORI Tematica materiale: Benessere ed equilibrio vita-lavoro		
Approccio manageriale		
103 - 1 Spiegazione dei temi materiali e perimetro		70,116
103 - 2 Approccio di Gestione alla tematica		70
103 - 3 Valutazione dell'approccio di gestione alla tematica		70
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.	70



Specific standard disclosure

Indicatore GRI	Note	Pag.
CATEGORIA SOCIALE		
SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO (GRI 2018)		
Tematica materiale: Salute e sicurezza dei lavoratori		
Approccio manageriale		
103 - 1	Spiegazione dei temi materiali e perimetro	72-74,116
103 - 2	Approccio di Gestione alla tematica	72-74
103 - 3	Valutazione dell'approccio di gestione alla tematica	72-74
Indicatori		
403-1	Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	72-74
403-2	Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	72-74
403-3	Servizi di medicina del lavoro	72-74
403-4	Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro	72-74
403-5	Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	72-74
403-6	Promozione della salute dei lavoratori	72-74
403-7	Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali	72-74
403-9	Infortunati sul lavoro	74
LAVORO		
FORMAZIONE E ISTRUZIONE		
Tematica materiale: Valorizzazione e crescita		
Approccio manageriale		
103 - 1	Spiegazione dei temi materiali e perimetro	57-65,116
103 - 2	Approccio di Gestione alla tematica	57-65
103 - 3	Valutazione dell'approccio di gestione alla tematica	57-65
Indicatori		
404-1	Ore medie di formazione annue per dipendente per genere e per categoria di dipendenti	58
404-3	Percentuale di dipendenti coinvolti in programmi di performance management, suddivisi per genere e per categorie di lavoratori	66

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	67,116
103 - 2	Approccio di Gestione alla tematica	67
103 - 3	Valutazione dell'approccio di gestione alla tematica	67
Indicatori		
405-1	Ripartizione dei dipendenti per qualifica in base a genere, età, appartenenza a minoranze e altri indicatori di diversità	35, 67,116
405-2	Rapporto tra lo stipendio medio e la retribuzione media dei dipendenti donne rispetto a quello dei dipendenti uomini per categoria professionale	68-69,116
NON DISCRIMINAZIONE		
Tematica materiale: Benessere ed equilibrio vita-lavoro		
Approccio manageriale		
103 - 1	Spiegazione dei temi materiali e perimetro	67, 116
103 - 2	Approccio di Gestione alla tematica	24, 67
103 - 3	Valutazione dell'approccio di gestione alla tematica	24, 67
Indicatori		
406-1	Casi di discriminazione e azioni di risoluzione intraprese	Nel corso del 2021 non si sono registrati casi di discriminazione
SOCIETÀ		
MARKETING ED ETICHETTATURA		
Tematiche materiali: Centralità del cliente; Collaborazioni commerciali		
Approccio manageriale		
103 - 1	Spiegazione dei temi materiali e perimetro	76-79,116
103 - 2	Approccio di Gestione alla tematica	76-79
103 - 3	Valutazione dell'approccio di gestione alla tematica	76-79
Indicatori		
417-2	Casi di non conformità relativi alla comunicazione commerciale	Nel corso del 2021 non si sono registrati episodi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi

Specific standard disclosure

Indicatore GRI	Note	Pag.
CATEGORIA SOCIALE		
PRIVACY DEI CLIENTI		
Tematica materiale: Centralità dei clienti		
Approccio manageriale		
103 - 1	Spiegazione dei temi materiali e perimetro	88-89 110, 116
103 - 2	Approccio di Gestione alla tematica	88-89 110
103 - 3	Valutazione dell'approccio di gestione alla tematica	88-89 110
Indicatori		
418-1	Numero di reclami relativi alla violazione della privacy e alla perdita dei dati dei Clienti	Nel corso del 2021 non sono stati ricevuti reclami per violazioni della privacy e della perdita dei dati di clienti. 90
COMPLIANCE SOCIO ECONOMICA		
Tematica materiale: Governance e Compliance		
Approccio manageriale		
103 - 1	Spiegazione dei temi materiali e perimetro	39, 116
103 - 2	Approccio di Gestione alla tematica	39
103 - 3	Valutazione dell'approccio di gestione alla tematica	39
Indicatori		
419-1	Valore monetario delle multe e numero totale delle sanzioni non monetarie per violazione delle leggi e dei regolamenti	Nel corso del 2021 non si sono registrate pene pecuniarie significative e sanzioni non monetarie per la non conformità con leggi e/o in materia sociale ed economica 39

RELAZIONE DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE



KPMG S.p.A.
Esercizio e organizzazione contabile
Via Vitor Pisani, 55
20124 MI - ANO VI
Telefono +39 02 0700.1
Email it-italia@kpmg.it
FCC fp.gruppo@pec.kpmg.it

Relazione della società di revisione indipendente sulla dichiarazione non finanziaria consolidata ai sensi dell'art. 3, comma 10, del D.Lgs. 30 dicembre 2010 n. 254 e dell'art. 5 del Regolamento Consob adottato con Delibera n. 20267 del 18 gennaio 2018

Il Collegio di Amministrazione di
Vittoria Assicurazioni S.p.A.

Al sensi dell'art. 3, comma 10, del D.Lgs. 30 dicembre 2010 n. 254 (di seguito anche il "Decreto") e dell'art. 5 del Regolamento Consob adottato con Delibera n. 20267 del 18 gennaio 2018, siamo stati incaricati dall'Ente incaricato (Vittoria Assicurazioni S.p.A. e "Vittoria Assicurazioni") della dichiarazione non finanziaria consolidata del Gruppo Vittoria Assicurazioni, di seguito anche il "Gruppo", (relativa all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2021) predisposta ai sensi dell'art. 1 del Decreto e approvata dal Collegio di Amministrazione in data 23 marzo 2022 (di seguito anche al "DNF").

L'esame limitato di cui sopra non si estende alle informazioni contenute nei paragrafi "Assicurazione NP" relativi all'assicurazione in merito economico alla criminalità; "Assicurazione NP" "Underwriting NP" relative ai premi "rischi" delle attività di assicurazione "Rischio Infortuni da nautica" "Assicurazione NP" "Assicurazione NP" (per i paragrafi a pagine 48 e 85 della DNF, richieste dall'art. 8 del Regolamento (UE) n. 853 del 18 giugno 2012).

Responsabilità degli Amministratori e del Collegio Sindacale di Vittoria Assicurazioni S.p.A. per la DNF

Gli Amministratori sono responsabili per la redazione della DNF in conformità a quanto richiesto dagli art. 5 e 4 del Decreto e al "Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standard" definiti dal GRI - "Global Reporting Initiative" (GRI Standard), da essi individuato come standard di riferimento.

Gli Amministratori sono altresì responsabili, in termini di verificabile legge, per quella parte del contenuto informativo essenziale necessaria al fine di consentire la redazione di una DNF che non contenga errori significativi dovuti a frode o a comportamenti o eventi non intenzionali.

KPMG S.p.A. è un'azienda a partecipazione paritetica di diritto e di fatto tra il Gruppo KPMG e i soci italiani.

Gruppo KPMG
Borsa Italiana SpA
UMI - Unifil - Vita Assicurazioni
Lombardini - M&P
NORDAL - S&P - S&P
P&P - S&P - S&P
T&P - S&P - S&P

GRUPPO KPMG
Società a partecipazione paritetica
di diritto e di fatto tra il Gruppo KPMG e i soci italiani.
Lombardini - M&P
NORDAL - S&P - S&P
P&P - S&P - S&P
T&P - S&P - S&P



Gruppo Vibena Assicurazioni
relazione alla società italiana
31/12/2014/2015

Il Amministratori sono responsabili inoltre per l'individuazione del contratto con la DNF, nella definizione di servizi offerti, di cui si è il più del Gruppo, in modo da dare a livello delle caratteristiche del Gruppo e nella misura necessaria ad assicurare la correttezza delle attività del Gruppo, del suo andamento, dei suoi risultati e dell'impatto della loro esecuzione.

Il Amministratori sono inoltre responsabili per la definizione del modello aziendale di gestione e organizzazione delle attività del Gruppo nonché, con riferimento ai limiti e all'intervallo periodici della DNF, per le politiche e procedure del Gruppo per l'attuazione e la gestione dei rischi generali inerenti alla stessa.

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

Indipendenza delle società di revisione e controllo della qualità

Siamo indipendenti in conformità ai principi di integrità, obiettività e di indipendenza dell'International Code of Ethics for Professional Accountants (including International Independence Standards), IASB Code of Ethics for Issuers of Financial Instruments and Accountants, Issuers of Other Financial Instruments, Obligations, Derivatives and Other Financial Instruments, Issuers of Other Financial Instruments. La nostra società di revisione è polica International Standard on Quality Control 1 (ISQC Italia) di conseguenza, manteniamo standard di controllo qualità che include direttive e procedure documentate sulle condizioni di indipendenza, i principi professionali e alle disposizioni di legge e dei regolamenti applicabili.

Responsabilità delle società di revisione

La nostra responsabilità di esprimere sulle basi delle procedure BDO una conclusione circa la conformità con la DNF riguarda i conti finanziari del Gruppo con il SIC e i SIC. Il nostro lavoro è stato svolto secondo quanto previsto dal principio International Standard on Auditing (ISA) 2000 Engagement, (GAL 2000) (International Standard on Auditing) (ISA) 2000 (Revisione), emesso dall'International Auditing and Assurance Standards Board (per gli standard di Audit Assurance) (ISA) principio che la pianificazione e lo svolgimento di procedure al fine di acquisire un livello di sicurezza limitato che il DNF non contenga errori significativi. Pertanto, il nostro obiettivo è quello di esprimere un'opinione sulla verità e correttezza della DNF per lo svolgimento di un esame completo secondo l'ISA 2000 (Revisione) (responsabile della nostra opinione) e, se ritenuto necessario, sulla verità e correttezza della DNF di essere veriti e conoscenza di tutti fatti e circostanze significativi che potrebbero essere rilevanti per lo svolgimento finale esame.

La procedura svolta sulla DNF è stata basata sul modello giuridico professionale e tenuto conto del fatto che, prevalentemente, tutti i conti sono di Vibena Assicurazioni SpA, registrabile nella prefettura di Venezia, in forma di società per azioni. La DNF è stata emessa in base al, tenuto le altre procedure volte all'accuratezza e di validità dei risultati.

In particolare, abbiamo svolto le seguenti procedure:

1. Analisi dei rischi inerenti in materia di: attività e attività correlative del Gruppo rendicontate nella DNF, al fine di stabilire la ragionevolezza del processo di selezione seguito allo scopo di quanto previsto nell'art. 3 del Decreto e tenendo presente l'esistenza di conflitti di interesse all'interno;
2. Analisi e valutazione dei rischi di identificazione del portafoglio di consolidamento, in base al regolamento in vigore nella Compagnia Assicurativa;
3. Confronto 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. Conversione dei seguenti aspetti:

- modello aziendale di governo e organizzazione, collimanti del Gruppo, con riferimento alla gestione dei rischi individuali nell'art. 3 del Decreto;
- politiche probate dall'Impresa connessi ai rischi indicati nell'art. 3 del Decreto, relativi ai rischi di ordine finanziario-finanziario di prestazione;
- principali rischi generali e rischi, correlati ai rischi indicati nell'art. 3 del Decreto.

Relativamente ai rischi specifici stati effettuati in altre risultanze con le informazioni contenute nella DNF, ed ottenute lo veridico controllo successivo per la lettera.

5. Controllo dei processi che collegano alla generazione, rilevazione e gestione delle informazioni qualitative e quantitative significative incluse nella DNF.

In particolare, abbiamo svolto il nostro lavoro di controllo con i personale della Direzione di Vittoria Assicurazioni S.p.A., abbiamo svolto limitate verifiche documentali, al fine di raccogliere informazioni circa i processi e le procedure che riguardano la raccolta, l'aggiornamento, l'elaborazione e l'interconnessione di tutte le informazioni di carattere finanziario e alla funzione responsabile della produzione della DNF.

Inoltre, per le informazioni significative, la portata della DNF e delle caratteristiche del Gruppo:

- a livello di gruppo:
 - a) - commitment alle informazioni qualitative contenute nella DNF, e in particolare le nostre attività, alle politiche probate e ai principali rischi, abbiamo effettuato in vista e acquisito documentazione di supporto per verificare la coerenza con le evidenze disponibili;
 - b) - commitment alle informazioni quantitative, abbiamo svolto, tra procedure critiche che limitano veridico e accertato su base complementare la nostra agenzia di dati;

per Vittoria Assicurazioni S.p.A., che abbiamo elaborato sulla base del nostro, del contributo agli indicatori di prestazione a livello consolidato e dell'ubicazione, abbiamo effettuato visite in loco nel corso delle quali abbiamo connotato con i responsabili e abbiamo acquisito i nostri documenti e la nostra applicazione delle procedure e dei metodi di calcolo utilizzati per gli indicatori.





Gruppo Viteva Assicurazioni
relazione consolidata al 31/12/2020
in data del 10/01/2021

Conclusioni

Sulla base del lavoro svolto, non sono pervenuti alla nostra attenzione elementi che ci portino a ritenere che le dichiarazioni finanziarie consolidate del Gruppo Viteva Assicurazioni relative all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2020 non sia stata recata, in tutti gli aspetti significativi, in conformità a quanto richiesto dagli artt. 1 e 4 del D.Lgs. n. 28 del 28/02/2005 (art. 1 del D.Lgs. n. 28 del 28/02/2005) e al "Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards" della Global Reporting Initiative (GRI).

Le nostre conclusioni non hanno alcun effetto sui bilanci consolidati del Gruppo Viteva Assicurazioni in cui si estendono alle informazioni contenute nei paragrafi "Avvertimenti" e "Avvertimenti agli azionisti" e ai "dati operativi" relativi alle "attività assicurative" e "Infortuni", GRI, relativi all'esercizio della attività di assicurazione. I dati su cui si sono basati gli azionisti alla "assemblea ordinaria" (art. 2381 del D.Lgs. n. 28 del 28/02/2005) e ai "dati operativi" (art. 2381 del D.Lgs. n. 28 del 28/02/2005) del 10 giugno 2021.

Altri aspetti

La dichiarazione consolidata sulla crisi è stata approvata dalla assemblea ordinaria del 17 dicembre 2020, i cui dati sono presentati e resi disponibili, è stata sottoposta a un esame iniziale da parte di un altro consulente che, in data 2 gennaio 2021, ha risposto su tale dichiarazione una conclusione senza riserve.

Milano, 09/01/2021

KPMG SpA

Milano, 09/01/2021
S. 000



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.

