

# Governance & CSR

## L'esperienza di CNP Unicredit Vita

16 marzo 2019



# Chi è CNP Vita



Partner di  UniCredit

---

**18**  
anni di attività

**12° compagnia**  
nel Ramo Vita

**2,56%**  
quota di mercato

**170**  
Collaboratori

**417 mila**  
Polizze di Protezione

**437 mila**  
Polizze d'investimento e  
previdenziali

**2,1 Md€**  
Nuova produzione

**11,8 Md€**  
Riserve medie

# I nostri Soci



**1°assicuratore**

di persone in Francia

**160**

anni di attività

**2 continenti**

Europa e America  
latina, in particolare  
in Brasile

**5035**

Collaboratori

**31,5 Md€**

Nuova produzione

**308,7 Md€**

Riserve medie

**35 milioni**

Assicurati nella  
protezione

**14 milioni**

Assicurati con  
polizze  
d'investimento e  
previdenziali

# I nostri Soci



---

**2° banca**

italiana (per valore di  
borsa)

**25 mln**

Clienti nel mondo

**18 paesi**

in cui opera, con  
banche e  
rappresentanza

**117.000**

Dipendenti

**3.524**

Sportelli in Italia

**18,8 Md€**

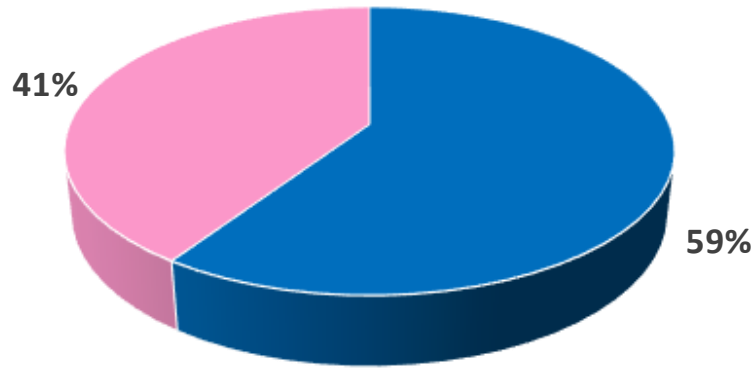
Ricavi

**859,5 Md€**

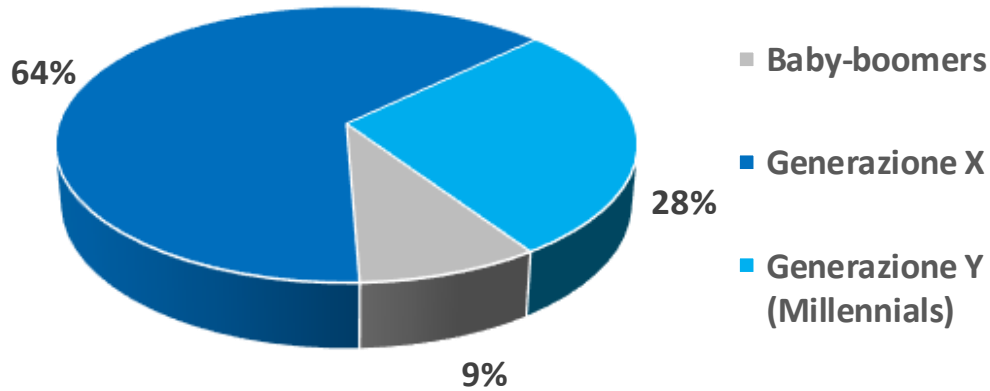
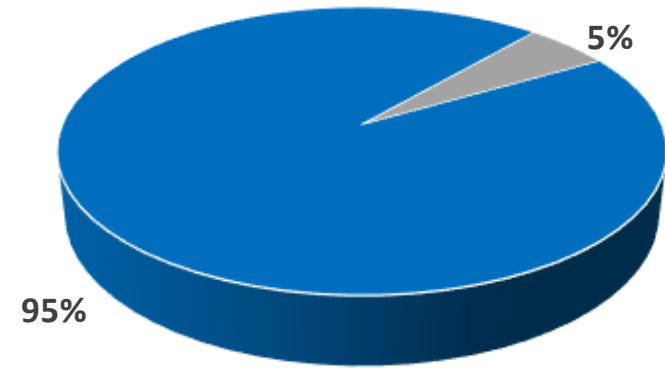
Totale attivi

# Le nostre persone

■ Uomini ■ Donne



■ Full time ■ Part time

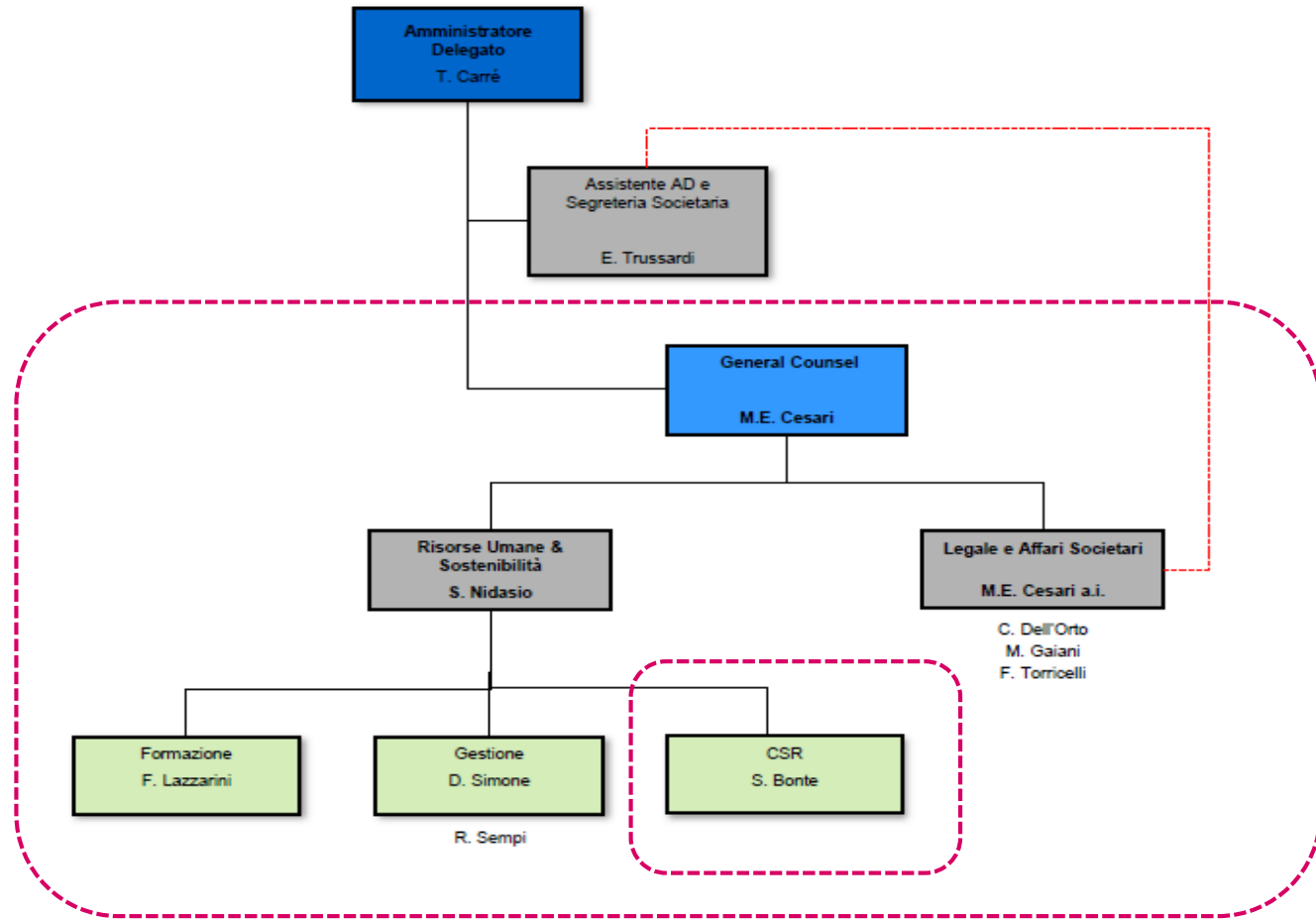


- Età media: 41 anni
- Anzianità media: 8,6 anni
- Turnover: 1,2%

# La nostra storia



# CSR nell'organigramma



# Principi d'azione

CLIENT  
AU COEUR

The logo consists of the words 'CLIENT' and 'AU COEUR' in a bold, green, sans-serif font. The text is tilted upwards to the right. In the center, between the two words, there is a silhouette of a group of people holding hands.

INITIATIVE

The logo features the word 'INITIATIVE' in a teal, sans-serif font. The text is horizontal. Above the letters 'I', 'T', 'I', 'A', and 'T', there are silhouettes of people in various poses, including one person climbing a tall vertical bar.

inVentiVité

The logo displays the word 'inVentiVité' in a pink, stylized font. The letters 'i', 'n', 'V', 'e', 'n', 't', 'i', 'V', 'i', 't', 'é' are connected. There are silhouettes of people: one person climbing a bar above the 'V' and a group of four people standing below the 't'.

CONFIANCE

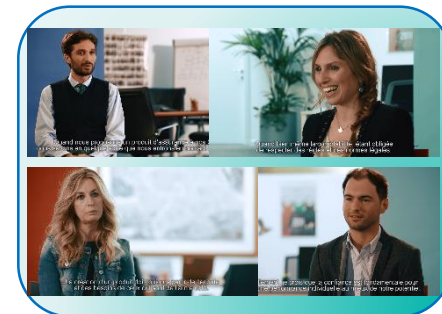
The logo shows the word 'CONFIANCE' in a dark blue, sans-serif font. The text is tilted upwards to the right. Above the letters 'I', 'A', 'N', 'C', 'I', 'E', there are silhouettes of people holding hands in a line.



# Verso una CSR integrata nel tessuto aziendale

## Codice Etico e Principi d'azione

- Revisione del **Codice Etico** e verifica di coerenza
- Definizione e comunicazione dei **principi d'azione**
- **Video** per illustrare e veicolare i contenuti



## CNP pour Vous

- **Campagna di comunicazione** iniziative di welfare
- **Campagna visual**
- **Brochure**

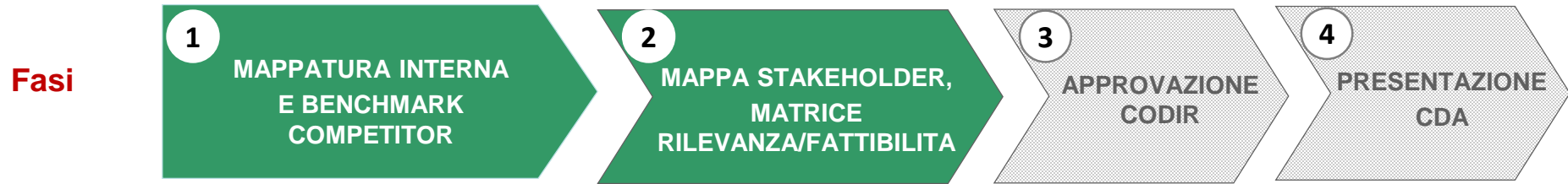


## Digital lab

- **Digital lab** in collaborazione con Altis e Università Cattolica (2 Edizioni)
- **Project work – CI'App** (AIFIN Award 1° classificato – Finalista Top Legal Award)
- Evento c/o Università Cattolica «**CSR - Disruptive innovation**»



# Verso una CSR strutturata nella governance



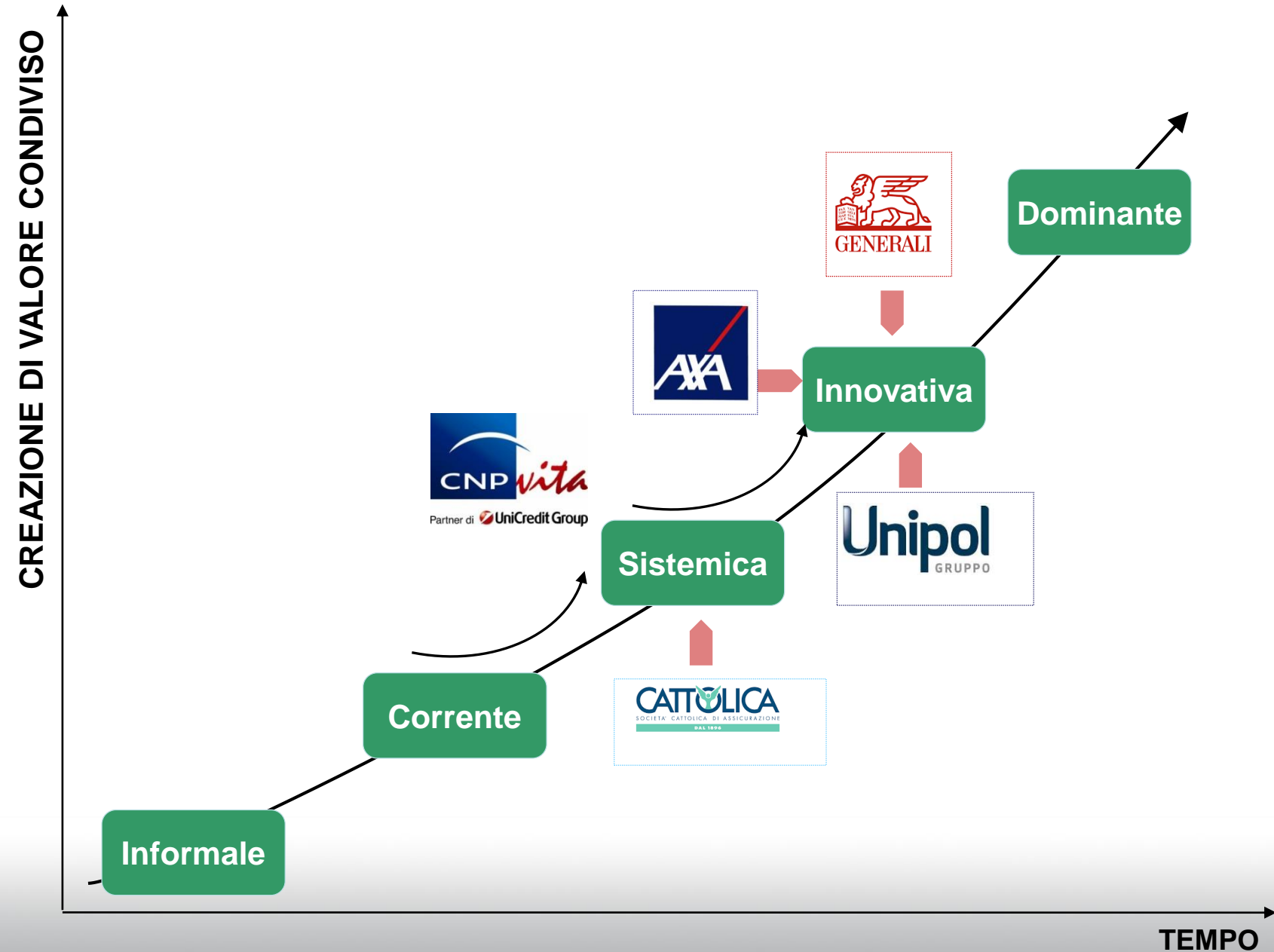
**Metodologia**

✓ Analisi desk CNP Vita	✓ Interviste Manager «chiave»	✓ Incontro in plenaria	✓ Stakeholders engagement CdA (questionario processo autovalutativo)
✓ Benchmark settore assicurativo e buone prassi	✓ Stakeholders engagement CoDir (questionari strutturati)		

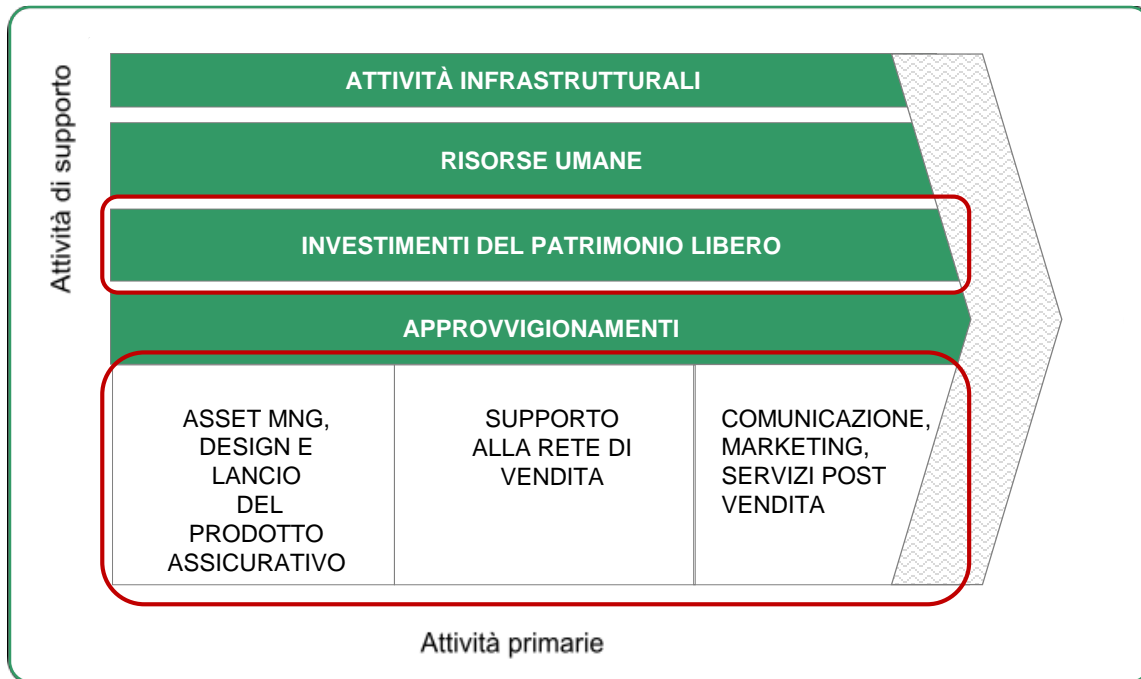


1. Catena del valore
2. Posizionamento CNP Vita
3. Mappa degli Stakeholders
4. Matrice rilevanza/fattibilità
5. Pilastri Strategia CSR
6. Verso l'Action plan
7. Carta dei Principi
8. Mappa degli Stakeholders
9. Matrice rilevanza/fattibilità
10. **Action Plan CSR**

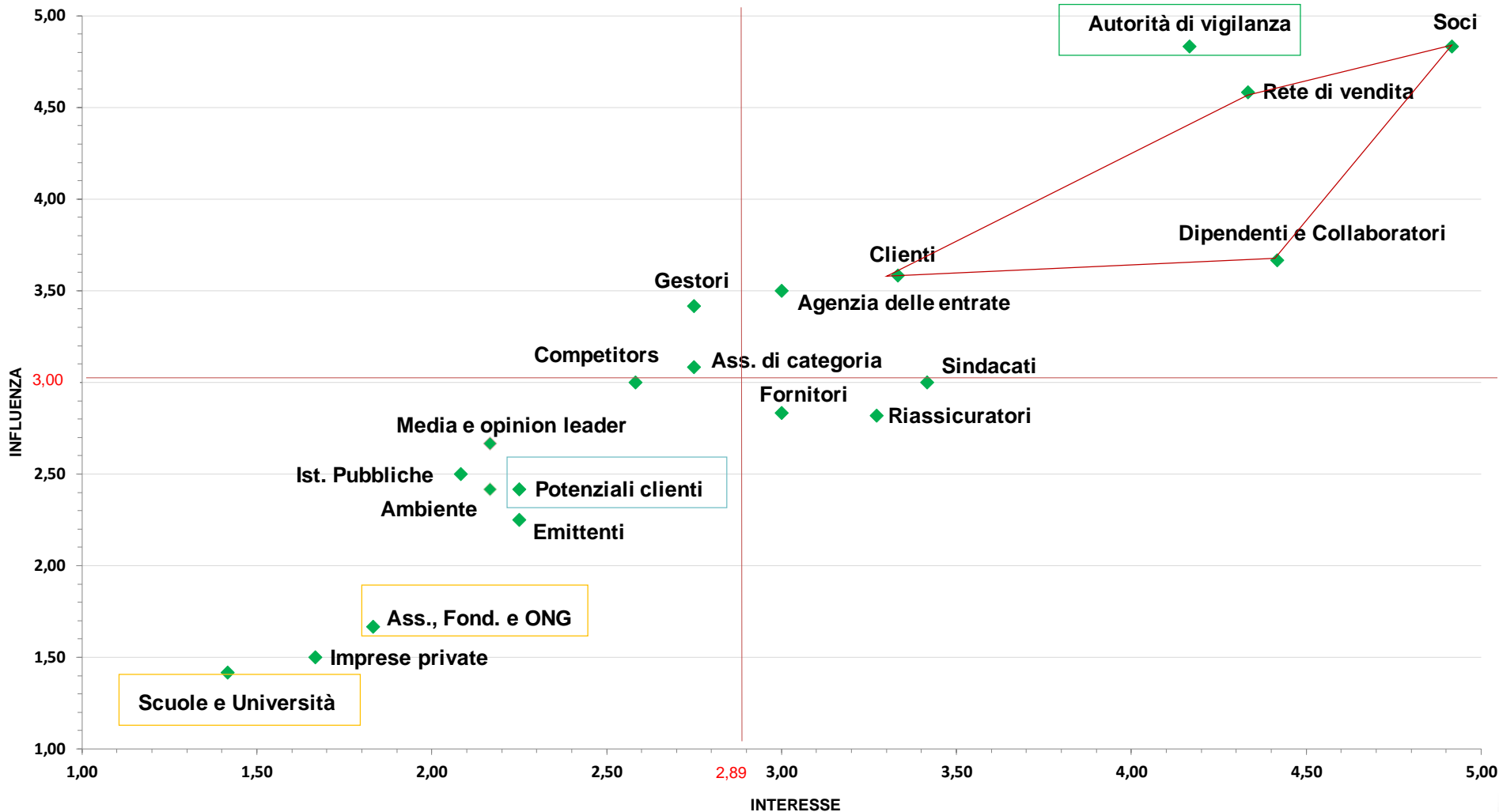
# Posizionamento di CNP Vita



# Catena del valore



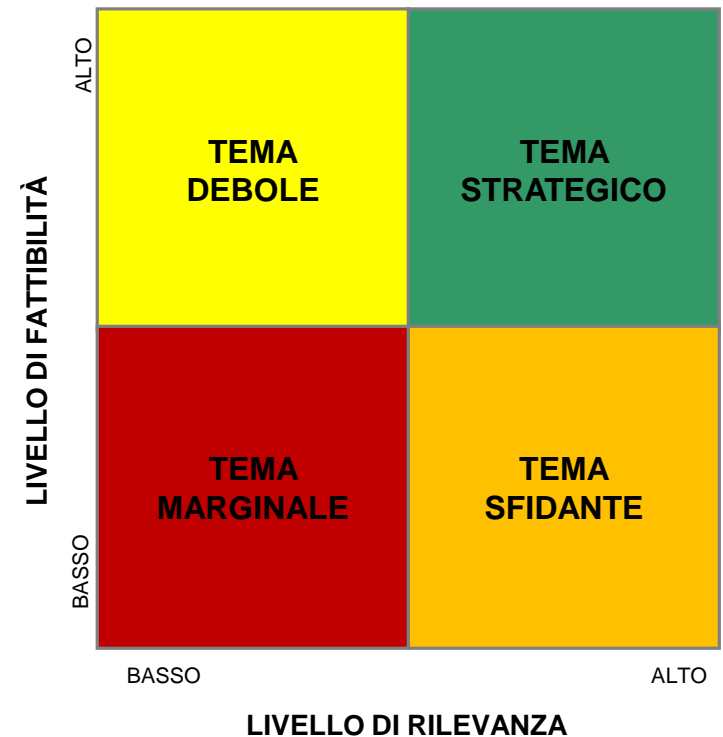
# Mappa degli Stakeholder



\* Media valutazioni

# Matrice Rilevanza/Fattibilità





- ✓ Orizzonte temporale **3-5 anni**
- ✓ **Individuazione TEMI/AZIONI** tramite **interviste personali** al management per individuare possibili azioni/ambiti della strategia di CSR
- ✓ **Valutazione RILEVANZA\*/FATTIBILITÀ\*\* con una scala Likert (1-5)** tramite **questionario semi-strutturato al Codir e al CdA**
- ✓ **Posizionamento** calcolato con **media aritmetica** valutazioni espresse



\*RILEVANZA: quanto il tema è **strategico** per CNP Vita?

\*\*FATTIBILITÀ: quanto il tema è **attuabile** all'interno CNP Vita?

# Pilastri Strategia di CSR

Pilastri	Tema di intervento	Valutazione*
1 Sviluppo sostenibile	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Investimenti ESG</li><li>✓ Prodotti etici</li><li>✓ Risk &amp; Reputation</li><li>✓ Green Logistica e Operations</li><li>✓ Legal/Compliance</li></ul>	
2 Employer branding	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ HR – Cultura d'impresa</li><li>✓ HR – Sviluppo &amp; Carriere</li><li>✓ HR – team Building</li><li>✓ Diversity &amp; Inclusion</li><li>✓ Welfare</li></ul>	
3 Attenzione verso il cliente	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Qualità della relazione</li><li>✓ Digital &amp; Innovation</li><li>✓ Education – Cliente</li></ul>	
4 Dialogo con stakeholder (Soci, Fornitori, Rete, Istituzioni)	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Education – Soci</li><li>✓ Education – Rete</li><li>✓ Selezione Fornitori</li><li>✓ Presenza nel Comunità locale</li><li>✓ Relazioni con Scuole e Università</li><li>✓ Filantropia</li></ul>	

# Verso Piano Strategico di sostenibilità



**Metodologia**

✓ Stakeholders Engagement CoDir (questionari strutturati)

✓ Formazione CSR ai Dipendenti  
✓ Stakeholders Engagement (questionari strutturati)

✓ Stakeholders Engagement CdA (questionario nel processo autovalutativo)  
✓ Discussione bozza Piano Strategico in seduta



- 1. Mappa degli Stakeholders
- 2. Matrice rilevanza/fattibilità
- 3. Analisi Variazioni rispetto 2015
- 4. Matrice rilevanza/fattibilità
- 5. Confronto con matrice CoDir
- 6. Mappa degli Stakeholders
- 7. Matrice rilevanza/fattibilità
- 8. Analisi Variazioni rispetto 2015
- 9. Confronto con matrice CoDir e Dipendenti
- 10. **Piano Strategico CSR**



# Piano Strategico – Aggiornamento CdA 2019

## Pilastri Strategia CSR

- **Integrazione** di criteri ESG all'interno dell'*Investment Policy* e **investimenti tematici** e calcolo della **carbon footprint** sul portafoglio azionario e **obbligazionario** per indirizzare gli investimenti verso una **strategia low carbon**
- Ampliamento della gamma dei FIA sottostanti al prodotto UniValore Stars con inserimento di un **fondo interno a contenuto etico**
- Selezione e monitoraggio dei Fornitori (Fase II) – Integrazione *assessment* e valutazione rischi con temi di *Compliance* (**anticorruzione, cyber security, sicurezza, privacy...**) per Fornitori > rilevati o > rischio

## Economia sostenibile

## Employer branding

- Individuazione e potenziamento dei **Talenti aziendali**
- Percorsi di sviluppo della **mobilità** e delle **competenze**
- Attività di coinvolgimento dei **Dipendenti verso > protagonismo** (Convention, Campus)
- Percorsi cross aziendali di **potenziamento della managerialità** (Junior, Middle, **Senior & Maturity**)
- Percorsi di **mentorship** cross aziendale per potenziamento managerialità femminile
- Iniziative di **valorizzazione della diversità** e sensibilizzazione sui temi dell'inclusione **LGBT**
- Benessere del dipendente: yoga, **mindfulness**, trattamenti osteopatici, Campus estivi figli Dipendenti, promozione dell'attività sportiva tra colleghi (calcio, **maratona, gruppo sciatori, volley**, camminate a pranzo, **musica d'insieme**)

## Attenzione verso il cliente

- Attività volte al **perfezionamento** della modalità di **riscontro ai Reclami**
- Attività volte a garantire la massima **coerenza dell'offerta al target market** ed alle **esigenze del Cliente**
- **Collocamento più efficiente** grazie alla progressiva implementazione collocamento a distanza
- Miglioramento del set informativo contrattuale per rendere i **contratti più semplici, trasparenti e comprensibili**

## Dialogo con stakeholder

- **Volontariato d'impresa** (economia circolare - riciclo vestiti)
- **Rapporti con Università:** accoglienza di 2 **stagisti** da Master Pianificazione e Controllo, **accoglienza classe di studenti** del Master Finanza & Sostenibilità c/o azienda
- Estensione della **strategia comunicazione esterna** per > valorizzazione del brand CNP Vita in chiave CSR (LinkedIn)
- Progetto **CNP Vita Plastic Free**

# Sustainable Development Goals delle Nazioni Unite (SDGs)



## CNP Assurances

Obiettivi per lo Sviluppo Sostenibile:



## Unicredit

Obiettivi per lo Sviluppo Sostenibile:



... CNP Vita



# Grazie per l'attenzione



Riferimenti:

Maria Elisa Cesari – General Counsel  
[mcesari@cnpvita.it](mailto:mcesari@cnpvita.it)