



Investor Day 2015: Generali revela sus nuevos objetivos financieros

- Mayor enfoque en la generación de efectivo con >7 mil millones de euros de Net Free Cash Flow acumulado a 2018
- Dividendos acumulados que superen los 5 mil millones de euros a finales de 2018
- Ahorro adicional en gastos brutos de 0,5 mil millones de euros en 2018, sumados a los 1.000 millones de euros ya comprometidos para 2016

Sólida posición de capital: pro-forma de Ratio de Solvencia Económica del 186% (2014)

Nueva estrategia para llegar a ser líder en seguros retail en Europa

Objetivos financieros para 2018

Net Free Cash Flow*	>7 mil millones de euros
Dividendos*	>5 mil millones de euros
Reducción de los gastos brutos acumulados 2017-2018	0,5 mil millones de euros (1,5 mil millones de euros desde 2012)
Total inversiones*	1,25 mil millones de euros

*total acumulativo 2015-2018

Mario Greco, Generali Group CEO, ha comentado: «Nuestra estrategia establece un modelo de negocio totalmente nuevo para Generali y para el sector de seguros, un modelo centrado en el servicio y la lealtad al cliente, el análisis de datos, el uso extensivo de la tecnología y una mayor generación de efectivo. El objetivo es diferenciarnos de nuestros competidores y gestionar los retos que tiene el sector haciendo que Generali sea el líder europeo en seguros retail. Para conseguir este ambicioso objetivo, construiremos sobre nuestras fortalezas únicas que incluye nuestra amplia base de clientes en Europa, una de las mayores redes de distribución de agentes del mundo y las mejores capacidades técnicas. Además, actuaremos con rapidez, con la confianza derivada del cumplimiento exitoso, con un año de antelación, del cambio de rumbo iniciado en 2013.»

Londres - El Grupo Generali celebra hoy el Investor Day, para establecer sus nuevas prioridades estratégicas. La jornada servirá para presentar cómo Generali transformará su modelo de negocio con plataformas operativas más eficaces y eficientes, con el objetivo de ofrecer una experiencia de cliente superior y un posicionamiento de marca diferenciador.

El Grupo está comprometido con unos nuevos objetivos financieros centrados en la generación de más efectivo y dividendos. Todas las acciones para generar más efectivo se centran en la distribución de productos de Vida eficientes y el menor consumo de capital; optimizar la generación de efectivo sobre la cartera de Vida; incorporar servicios de valor añadido en nuestra oferta; eficiencia de gastos y plataforma operativa. Estas acciones se podrán convertir en una mayor fidelización de los clientes.



OBJETIVOS FINANCIEROS PARA 2018: EFECTIVO, DIVIDENDO, AHORRO EN GASTOS

Con la nueva estrategia, el Grupo se propone incrementar su Net Free Cash Flow por encima de los 7 mil millones de euros de aquí a 2018. El nivel actual de generación de efectivo (2014) es de 1,2 mil millones de euros. El dividendo acumulado para el 2018 será de más de 5 mil millones de euros. El nivel actual de dividendo es de 930 millones de euros. Hasta alcanzar estos objetivos, Generali se compromete a mantener, durante el ciclo, un ROE de más del 13%, que representa su valor de referencia frente al benchmark.

Generali ha identificado diversas palancas para la generación de valor que permitirá conseguir los objetivos financieros. Incluyen nuevos servicios de valor añadido incorporados en la oferta, nuevas oportunidades de negocio mediante colaboraciones, análisis de datos para mejorar el precio con un efecto positivo en los ingresos y una mayor fidelización de los clientes, lo que derivará asimismo en un mayor beneficio para los clientes actuales, reducción de los costes de adquisición de nuevos clientes, nuevas oportunidades de venta cruzada y up-selling; y una suscripción mejorada. En general, el Grupo pasará de seguros tradicionales, basados en prestaciones garantizadas, a ofertas innovadoras a través de coberturas de protección, instrumentos unit-linked y productos híbridos que aportan mayores márgenes y más valor tanto a la compañía como a los clientes. Finalmente, Generali pretende optimizar su actual *book's profitability*.

El actual programa de eficiencia de gastos, prevé ahorros anuales acumulados de 250 millones de euros hasta 2018, lo que tendrá como resultado ahorros totales de 1,5 mil millones de euros desde 2012. Un total de 1,25 mil millones de euros se reinvertirá en tecnología, análisis de datos y plataformas operativas más flexibles.

SÓLIDA CAPITALIZACIÓN BAJO VISIÓN DEL CAPITAL

Con motivo del Investor Day, el Grupo Generali ofrecerá al mercado una actualización sobre el desarrollo del ratio de capital económico. La proforma del ratio de solvencia para 2014 se sitúa en 186% (calculada con el modelo interno, a partir de los principios de Solvencia II). El Grupo ha implementado el proceso de aplicación acordado según el calendario planificado a fin de obtener la aprobación de los reguladores que permiten utilizar el modelo interno para informar sobre los ratios de Solvencia II a partir del 1 de enero de 2016.¹

LIDERAZGO EN SEGUROS RETAIL

El Grupo Generali tiene la intención de ser reconocido como líder en seguros retail, en coherencia con su trayectoria, enfoque de negocio y experiencia. Es una de las mayores franquicias retail, con 72 millones de personas aseguradas en el mundo, y tiene una de las más amplias cuotas de mercado Retail entre sus competidores. Cuenta con una fuerte red global de agentes y un negocio directo líder en Europa.

Generali desarrollará su posición de marca diferenciada a partir de productos y servicios 'simple and smart'. Se pondrá mucha atención a la experiencia del cliente a lo largo de todo el proceso, desde la búsqueda de información hasta la renovación de contratos. El grupo ya ha empezado a desarrollar un enfoque innovador por medio de encuestas de calidad TNPS (Transactional Net Promoter Score) en todo el grupo, diseñando nuevos procedimientos para establecer medidas reactivas inmediatas, con una implicación total de los CEO de cada país.

Generali mejorará su plataforma operativa con mayor conectividad y análisis de datos, para

¹ En esta etapa inicial, a partir de la base normativa, el modelo interno no se utilizará para todas las compañías del Grupo. En los próximos 2 años, el Grupo pretende extender el modelo interno a las compañías que todavía no están incluidas.



garantizar mayor eficiencia técnica. Un ejemplo de ello lo encontramos en la actual negociación con la entidad MyDrive Solutions, basada en Reino Unido y especializada en segmentación de clientes mediante Data Analytics de vanguardia. Además, Generali quiere fortalecer sus actuales capacidades introduciendo un nuevo puesto de Chief Data Officer que informa directamente al Group CEO.

Generali creará plataformas operativas globales, por ejemplo una “fábrica” para el desarrollo de productos unit-linked y análisis de datos, para explotar el potencial de las economías de escala.

Se fortalecerá la colaboración con Europ Assistance, para impulsar su huella global y su posición de liderazgo en el sector de los servicios de asistencia y unir fuerzas en áreas complementarias.

Además, el Grupo quiere introducir nuevas capacidades con innovación interna y externa y establecer centros de competencia en varias regiones geográficas. En concreto, el Grupo ha invertido en seis de las compañías líderes mundiales de capital riesgo, centradas en tecnología financiera mundial, incluyendo EEUU, Europa y Asia.

Asimismo, las iniciativas de excelencia operativa lanzadas en el marco de la estrategia 2013-2015 seguirán expandiéndose. Los nuevos proyectos complementarán los que ya están funcionando. Como ya se ha dicho, el Grupo espera que todo ello facilite el potencial de 1,25 mil millones de euros en nuevas inversiones para 2018 que apoyen esta visión estratégica.

EL GRUPO GENERALI

El Grupo Generali es una de las mayores aseguradoras mundiales, con un ingreso total de primas en 2014 de 70 mil millones de euros. Con 78.000 empleados en todo el mundo y 72 millones de clientes en más de 60 países, el Grupo ocupa una posición de liderazgo en los mercados de Europa occidental y un lugar de creciente importancia en mercados de Europa central y del este, y en Asia.

ESTA NOTA DE PRENSA ES UNA TRADUCCIÓN. EL DOCUMENTO ORIGINAL SE ENCUENTRA PUBLICADO EN GENERALI.COM