



14/05/2015

INFORME TRIMESTRAL, 31 DE MARZO DE 2015, NOTA DE PRENSA<sup>1</sup>

## Un sólido primer trimestre genera un nuevo aumento del resultado operativo y un crecimiento consistente en primas

El resultado operativo alcanza los 1,3 mil millones €, un incremento del 6%, el mejor resultado trimestral de los últimos siete años, con un fuerte crecimiento en el segmento Vida (+8,2 %)

Las primas han superado los 20 mil millones de € (+8,3 %), gracias al segmento Vida (+12,7 %), con motivo de un excepcional crecimiento en los productos *unit-linked*, que representan el 24,5 % de las primas en Vida. Las primas en No Vida se han mantenido estables.

La nueva producción en Vida, en términos de Prima Equivalente Anual (APE) ,ascendió a 1.429 millones de € (+9,8 %) gracias a los productos *unit-linked* (+39,8 %).

Se han conseguido altos márgenes técnicos en No Vida, con un ratio neto combinado del 93,3 % (92,5 % 1er trim. 2014), a pesar del elevado impacto de las catástrofes naturales (1,3 pp)

El resultado neto crece un 3,3% y se sitúa en 682 millones de €

Solvencia I 168 %; el ratio *pro-forma* – que incluye el efecto de la venta de BSI– fue del 177 % (164 % a finales de 2014). Los recursos propios crecieron un 12,5 %, llegando a más de 26 mil millones de €

### Oficina de prensa

T +39.040.671085  
press@generali.com

### Relaciones con los inversores

T +39.040.671202  
+39.040.671347  
ir@generali.com

www.generali.com

<sup>1</sup> Los cambios en primas, ingreso neto por primas y prima equivalente anual (APE) se presentan en términos equivalentes (tipo de cambio constante y perímetro de consolidación). Los cambios en los resultados operativos, inversiones propias y activos de terceros bajo administración se presentan excluyendo del periodo comparativo el Grupo BSI, clasificado como operación discontinua, y las compañías argentinas vendidas. Los datos financieros comparativos y los resultados de las operaciones se han determinado de nuevo de forma coherente.

Alberto Minali, **Chief Financial Officer del Grupo Generali**, comentó: «Hemos cerrado el primer trimestre del año con resultados satisfactorios en todos nuestros segmentos de negocio, tanto en términos de ingresos por primas como en rentabilidad. Estos resultados demuestran la efectividad de las iniciativas que adoptamos como parte del plan estratégico, que hemos completado con un año de antelación. Hemos mejorado la calidad de nuestra oferta con productos que generan un alto valor al cliente, y hemos reestructurado la cartera del Grupo, donde era necesario, poniendo el foco en las actividades *core* de Generali. A partir de esta sólida base vamos a presentar las prioridades estratégicas de Generali para el futuro, el próximo 27 de mayo.»

Milán. En una reunión presidida por Gabriele Galateri di Genola, el consejo de administración de Generali aprobó los resultados consolidados el 31 de marzo de 2015.

---

## Resumen Ejecutivo

Generali cerró el primer trimestre con una mejora en los resultados operativos y un fuerte crecimiento de producción. A pesar del escenario macroeconómico exigente y los bajos tipos de interés, el Grupo consiguió un resultado operativo de 1,3 mil millones de € (+6,0 %; 1,2 mil millones el 1er trim. 2014), gracias a la implementación constante de las iniciativas estratégicas y la tendencia favorable en los mercados financieros.

El segmento Vida fue el factor clave para el rendimiento, con un resultado operativo que creció hasta los 823 millones de € (+8,2 %), gracias a la rentabilidad de los ingresos por primas y a una excelente gestión de las inversiones. En el segmento No Vida, el resultado operativo fue de 505 millones de €, con una bajada de 24 millones de € (-4,6 %), debido al alto impacto de catástrofes en Italia y el centro de Europa (Alemania y Austria), de aproximadamente 70 millones de €.

El beneficio neto del primer trimestre fue de 682 millones de € (660 millones el 1er trim. 2014; +3,3 %); sin tener en cuenta el impacto único de operaciones discontinuas, el beneficio neto creció el 10 %.

Las iniciativas de negocio lanzadas el último año y la fuerza de su modelo de distribución permiten al Grupo obtener un fuerte crecimiento en primas durante el primer trimestre de 2015 que ascienden a 20,1 mil millones de € (+8,3 %; 18,4 mil millones de € el 1er trim. 2014). Vida registró un importante crecimiento en primas (+12,7 %), con un fuerte desarrollo en todos los principales mercados –Italia (+30,9 %), Francia (+13,3 %), Alemania (+9 %) y CEE (+6,5) – derivado de la excelente evolución del negocio *unit-linked* (+24,6 %). Los ingresos por primas en el segmento No Vida se mantuvieron en 6,5 mil millones de €, con un crecimiento positivo en las líneas de Diversos.

El crecimiento del Grupo ha venido acompañado por una alta rentabilidad en ambos segmentos. En Vida, el New Business Value (NBV) fue de 322 millones de €, con altos márgenes (NBM) del 22,5 % (25,2 % 1er trim. 2014). En No Vida, los márgenes técnicos se han mantenido al mismo nivel de 2014, con un ratio combinado del 93,3 % (+0,7 puntos porcentuales), a pesar del alto impacto de siniestros catastróficos que registraron 1,3 puntos porcentuales.

El rendimiento de los mercados financieros en el primer trimestre permitió al Grupo seguir fortaleciendo su posición de capital, con un ratio de Solvencia I del 168 % (+12 puntos porcentuales; 156 % en 2014). Teniendo en consideración también la venta de BSI, la ratio pro-forma se situó en 177 %.

Los recursos propios ascendieron a 26,1 mil millones de € (+12,5 %) desde los 23,2 mil millones de € a 31 de diciembre 2014.

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