



14/12/2012

**COMUNICATO  
STAMPA**

Al via il piano di sviluppo del Gruppo in Italia, oltre €300 milioni di investimenti su brand, reti e miglioramento servizi al cliente

Verso modello di business multicanale integrato con tre soli marchi: Generali, Alleanza e Genertel

Il nuovo assetto permetterà a Generali di diventare leader di mercato e redditività in Italia

Nasce *Assicurazioni Generali Italia* a cui faranno capo tutte le attività assicurative e bancarie italiane del Gruppo

Il **Group Ceo di Generali, Mario Greco**, ha affermato: *“Oggi presentiamo un piano di crescita attraverso importanti investimenti per far diventare Generali il marchio leader in Italia. Queste azioni ci consentiranno di incrementare significativamente la redditività del Gruppo valorizzando le competenze interne e le reti. In un contesto sempre più competitivo, il nuovo assetto ci permetterà di migliorare l’offerta e il servizio alla clientela e sviluppare al meglio il business nel nostro principale mercato”.*

Milano – Il Consiglio di Amministrazione di Generali, riunitosi oggi sotto la presidenza di Gabriele Galateri, ha approvato il nuovo assetto delle attività assicurative in Italia e un piano di investimenti di circa €300 milioni nei prossimi 3 anni per il rafforzamento del brand Generali e delle reti di vendita e per la semplificazione del modello operativo.

Gli investimenti permetteranno al brand Generali di ottenere una chiara leadership in Italia, con un notevole rafforzamento in termini di quota di mercato, soprattutto nei danni. Il nuovo assetto, semplificato e integrato, si tradurrà in significativi benefici in termini di redditività.

**CONTATTI**

[www.generali.com](http://www.generali.com)

Media Relations

T. +39.040.671085

T. +39.040.671171

[press@generali.com](mailto:press@generali.com)

Investor Relations

T. +39.040.671202

+39.040.671347

[generali\\_ir@generali.com](mailto:generali_ir@generali.com)

## IL NUOVO ASSETTO DEL BUSINESS IN ITALIA

La nuova struttura organizzativa si baserà su un modello multicanale e ridurrà l'attuale frammentazione attraverso il consolidamento di attività e brand simili per clientela, gamma prodotti e modello distributivo.

Dai 10 brand attuali - Generali, Ina, Assitalia, Alleanza, Toro, Genertel, Genertel Life, Augusta, Lloyd Italico, Fata - il riassetto porterà all'operatività di tre sole compagnie, a cui faranno riferimento, nel 2015, altrettanti brand, aree di business e canali distributivi. Ciascun brand avrà una chiara proposta e un preciso posizionamento sul mercato.

- **Generali** – sarà la compagnia vita e danni che, con un'unica rete distributiva di oltre 2 mila agenzie per il business *retail e middle market*, opererà con il brand Generali in cui si integreranno le sei reti agenziali oggi esistenti (Generali, Ina Assitalia, Toro, Fata, Augusta, Lloyd Italico), le fabbriche prodotto e le piattaforme operative. Il business *Commercial & Corporate* sarà gestito integrando l'attuale offerta di Generali, Ina Assitalia e Toro.
- **Alleanza** – sarà la compagnia dedicata alle famiglie italiane con la sua rete di produttori diretti e un'offerta di prodotti vita e danni.
- **Genertel** – sarà la compagnia vita e danni dei canali alternativi (telefono, web e bancassicurazione) già leader di mercato in Italia.

Il **Country Manager per l'Italia, Raffaele Agrusti**, ha affermato: *“Il risultato di questo progetto sarà una struttura molto più efficiente e pronta a rispondere ai nuovi bisogni dei nostri oltre 10 milioni di clienti nel paese. Con Generali nascerà un'unica rete con oltre 3 mila agenti che diventerà ancora più capillare; con Genertel valorizzeremo la grande esperienza del Gruppo nei canali diretti e, con Alleanza, puntiamo ad essere il riferimento delle necessità assicurative delle famiglie italiane grazie alla forza dei nostri produttori dipendenti”*.

La realizzazione del riassetto e il rilancio degli investimenti in Italia consentiranno di sfruttare al meglio il potenziale di Generali sul mercato, migliorando significativamente la capacità di servizio alla clientela e le performance economiche della compagnia, attraverso:

- azioni di marketing più efficaci e focalizzate sul brand Generali
- il rafforzamento delle reti di vendita sfruttando una maggiore capillarità distributiva

- l'integrazione e il miglioramento dei sistemi informativi che convergeranno su un'unica struttura integrata
- il miglioramento della performance tecnica allineando le modalità operative alle best practice interne
- la semplificazione del modello operativo e la riduzione della frammentazione organizzativa

Assicurazioni Generali Italia sarà pienamente operativa da novembre 2013, dopo il conferimento delle attività assicurative della direzione per l'Italia di Assicurazioni Generali e delle attività di Toro, Fata e Ina Assitalia. Alla nuova Assicurazioni Generali Italia – controllata interamente dalla Capogruppo, in cui rimarranno tutte le attività riassicurative a livello di Gruppo – faranno capo Alleanza, Genertel e Banca Generali. La riorganizzazione non prevede piani straordinari che riguardino i livelli occupazionali e le attuali localizzazioni.

### **TEMPI DI REALIZZAZIONE**

Il riassetto, che sarà sottoposto all'approvazione delle Autorità competenti, è programmato su più fasi e si completerà nel 2015.

- Nel corso del 2013 saranno effettuate le operazioni societarie che permetteranno al Gruppo di assumere il nuovo assetto organizzativo.
- Nel 2014 avverrà l'effettiva integrazione delle strutture operative, delle gamme prodotto e dei sistemi informativi.
- Nel corso del 2015 si completerà l'integrazione commerciale, con la convergenza delle reti sul nuovo modello operativo e il completamento del percorso di omogeneizzazione dei brand.

### **IL GRUPPO GENERALI**

**Il Gruppo Generali è uno tra i maggiori assicuratori europei, primo nel segmento vita in Europa, con una raccolta premi complessiva di quasi € 70 miliardi nel 2011. E' inoltre tra i principali asset manager mondiali ed una realtà unica nel settore del real estate. Con 82.000 collaboratori nel mondo al servizio di 65 milioni di clienti in oltre 60 Paesi, il Gruppo occupa una posizione di leadership nei Paesi dell'Europa Occidentale ed una presenza sempre più significativa nei mercati dell'Europa centro-orientale ed in quelli asiatici.**