



21/05/2015
COMUNICATO STAMPA

Generali lancia riposizionamento strategico sul mercato tedesco

Media Relations
T +39.040.671085
T +39.040.671577
press@generali.com

Investor Relations
T +39.040.671202
+39.040.671347
ir@generali.com

www.generali.com

Press contact
Generali Deutschland Holding AG
T +49 (0) 221 4203-1116
presse.de@generali.com

www.generali-deutschland.de

- Governance semplificata e focalizzata sul business con l'integrazione di Generali Deutschland Holding, Generali Versicherung e Generali Leben nella nuova Generali Deutschland AG
- Approccio multicanale e offerta dedicata con Generali, AachenMuenchener e CosmosDirekt. Consolidamento delle attività di back-office
- "New Normal" nel vita: un nuovo modello di business sostenibile a lungo termine. Focus su nuovi prodotti ad elevate performance e basso assorbimento di capitale
- Piattaforma operativa più efficiente e funzionale con nuova architettura IT
- Completato il nuovo country management team

Colonia - Generali presenta oggi il riposizionamento strategico del proprio business in Germania. L'obiettivo è quello di migliorare ulteriormente la posizione competitiva del Gruppo sul mercato entro la fine del 2018 grazie a una governance più semplice e focalizzata sul business, un maggiore focus sui punti di forza delle reti distributive, un nuovo modello di business nel vita che garantisca redditività a lungo termine e una piattaforma operativa più efficiente e moderna.

Il Group CEO di Generali, Mario Greco, ha detto: *"Nel corso degli ultimi due anni, abbiamo riorganizzato le attività in alcuni dei principali mercati europei, quali Italia e Francia, con l'obiettivo di semplificare il nostro business, rendere i processi più efficienti e puntare all'eccellenza tecnica. Ora, dopo il completamento dell'acquisizione delle minorities di Generali Deutschland nel 2014, siamo pronti a lanciare un riposizionamento strategico che ci consenta di essere ancora più ambiziosi e pronti ad affrontare le sfide che ci attendono in Germania, il secondo mercato del Gruppo. La Germania avrà un ruolo chiave nei prossimi anni consentendoci di offrire servizi assicurativi di eccellenza ai clienti e di essere ancora più attrattivi per i nostri azionisti. Sono molto fiducioso che il nuovo management, insieme all'impegno di tutti i colleghi, riuscirà a rinnovare e migliorare ulteriormente le nostre attività nel Paese".*

Il CEO di Generali Deutschland, Giovanni Liverani, ha detto: *"Stiamo prendendo oggi la giusta direzione per vincere le sfide su questo mercato: bassi tassi d'interesse, rigida regolamentazione e forte concorrenza stanno mettendo sotto pressione il futuro dell'assicurazione vita in Germania. La nostra strategia è stata sviluppata ascoltando con attenzione tutti gli stakeholders e seguirà tre principi fondamentali: servire meglio i nostri clienti facendo leva sulla nostra forza distributiva, offrire prodotti migliori attraverso processi più snelli grazie alla digitalizzazione; semplificare la governance per decidere più rapidamente ed essere più efficienti e più efficaci sul mercato".*

FOCUS SUI PUNTI DI FORZA DISTRIBUTIVI CON COMPAGNIE DEDICATE AL CLIENTE. NUOVA E SEMPLIFICATA GOVERNANCE A MATRICE

Generali Deutschland farà leva sui propri punti di forza, personalizzando l'offerta di prodotti sui tre pilastri: **Generali**, compagnia multi-line vita e danni operativa nei canali agenti e broker - **AachenMuenchener**, leader nei prodotti unit linked, dedicata con successo a DVAG, il più forte network di servizi finanziari in Germania - **CosmosDirekt**, leader nel canale diretto e nei prodotti term-life. Il Gruppo può contare inoltre sulle compagnie provider di prodotti specializzati Central, Advocard, Dialog e Badenia. L'offerta di soluzioni efficaci e personalizzate a clienti e canali distributivi sarà accompagnata da una governance più



razionale e semplificata a livello di Country.

Generali Deutschland Holding sarà integrata con Generali Versicherung e Generali Leben nella nuova Generali Deutschland AG, con sede a Monaco di Baviera.

Generali Deutschland AG gestirà il business delle altre compagnie tedesche attraverso un modello organizzativo a matrice, eliminando in questo modo la duplicazione di costi e sfruttando sinergie a livello Paese e *best practice* internazionali. Questa impostazione consentirà una riduzione delle funzioni di direzione e dei membri dei board e garantirà una maggiore prossimità del management di Generali Deutschland a clienti, forze distributive e attività operative.

Generali Deutschland ha come obiettivo quello di fornire servizi clienti più efficaci e ridurre costi non necessari, per colmare il gap con i best-in-class del mercato tedesco. La riduzione dei costi andrà ad incidere in maniera proporzionalmente più elevata sulle spese non legate al personale. La società darà il via a colloqui con i rappresentanti dei lavoratori in merito alla modalità migliore per raggiungere questo obiettivo.

"NEW NORMAL" NEL VITA, NUOVO MODELLO DI BUSINESS. FOCUS SULL'INNOVAZIONE DI PRODOTTO

Il modello di business nel vita verrà significativamente modificato introducendo un "*New Normal*" nel mercato assicurativo tedesco. Il Gruppo ridisegnerà il portafoglio vita retail, riducendo la vendita dei prodotti tradizionali - sui quali in particolare Generali Leben è attualmente focalizzata - e rafforzando ulteriormente l'offerta di prodotti unit linked, ibridi e term-life, dove Generali Deutschland è già leader di mercato grazie a AachenMünchener e CosmosDirekt. Il Gruppo continuerà a operare in modo selettivo nel segmento tradizionale vita per clienti corporate e vuole rafforzare la nuova produzione e il cross selling nel business term-life e invalidità professionale. Inoltre, Generali gestirà in maniera mirata e disciplinata il portafoglio corrente attraverso un miglioramento dell'efficienza e dell'equilibrio fra attività e passività. Il rilancio dell'attività sarà inoltre sostenuto da un forte focus sulla fidelizzazione del cliente e con iniziative di cross-selling in tutti i segmenti.

Generali riorienterà la propria offerta puntando sulla digitalizzazione che permetterà di trarre pieno vantaggio dalle iniziative in fase di sviluppo a livello di Gruppo. Generali vuole essere all'avanguardia nello sviluppo di soluzioni assicurative basate su telematica, domotica e wellness management, come testimoniato dal nuovo concept Vitality.

UNA PIATTAFORMA OPERATIVA PIÙ SEMPLICE ED EFFICACE CON UN BACK-OFFICE DIGITALIZZATO E UNIFICATO

Il Gruppo razionalizzerà e migliorerà la propria architettura IT con l'obiettivo di raggiungere una completa digitalizzazione dei processi chiave e stabilire un approccio *multi-access* e moderno con le reti distributive e i clienti. Il Gruppo opererà con servizi dedicati al cliente presso ciascuna *business unit*, mentre le attuali frammentate operazioni di back-office che non hanno contatti con la clientela, saranno consolidate a livello di country in Generali Deutschland Services, sfruttando economie di scala e geografiche. Un approccio più efficiente sarà adottato anche nella gestione dei sinistri, con l'introduzione di procedure standardizzate e *best practice* in tutto il Gruppo.

COMPLETATO IL COUNTRY MANAGEMENT TEAM

In linea con le *best practice* di mercato, Generali Deutschland AG avrà un board di 6 membri. Il Consiglio di Sorveglianza nel management board di Generali Deutschland Holding ha nominato oggi tre nuovi manager (con effetto 1 giugno 2015) che completeranno il board: **Claudia Andersch**, attualmente board member di CosmosDirekt, sarà Country Chief Life and Health Officer. **Monika Sebold-Bender**, attualmente board member di Generali Versicherungen, sarà la nuova Country Chief P&C Officer, e **Ulrich Caspar Nießen**, dopo una lunga esperienza nel mercato assicurativo tedesco presso grandi imprese internazionali, entrerà nel Gruppo Generali come country Head of HR. Il consiglio di GDH – guidato dal Country CEO Giovanni Liverani - si completa con il Country CFO,



Torsten Utecht e con il Country COO Rainer Sommer.

Nelle unità operative, dopo la nomina del mese scorso di Christoph Schmallenbach a nuovo CEO di AachenMuenchener, Jochen Petin, ex CEO di Badenia, assumerà - previa approvazione del consiglio di sorveglianza - la posizione di CEO di Central Krankenversicherungen.

GENERALI IN GERMANIA

In Germania, Generali ha una raccolta premi pari a circa € 17,2 mld e oltre 13,5 mln di clienti, che ne fanno il secondo gruppo assicurativo primario nel mercato tedesco. L'unità tedesca di Generali comprende Generali Versicherungen, AachenMünchener, CosmosDirekt, Central Krankenversicherung, Advocard Rechtsschutzversicherung, Deutsche Bausparkasse Badenia e Dialog.

IL GRUPPO GENERALI

Il Gruppo Generali è una delle più importanti realtà assicurative a livello globale, con una raccolta premi complessiva per il 2014 superiore a € 70 mld. Con 78.000 dipendenti in tutto il mondo e 72 milioni di persone assicurate in oltre 60 Paesi, il Gruppo occupa una posizione di leadership nei mercati dell'Europa occidentale e una presenza sempre più significativa nei mercati dell'Europa centro-orientale e in Asia.