

Discorso del Group CEO

Dott. Philippe Donnet

Signori azionisti,

grazie per essere qui oggi. Sono molto felice di partecipare per la terza volta, come amministratore delegato di Assicurazioni Generali, all'assemblea degli azionisti e di avere l'opportunità di aggiornarvi sull'andamento della vostra società. Questa è anche l'opportunità per ringraziare tutti voi azionisti che continuate a riporre la vostra fiducia in Assicurazioni Generali.

Ci sono ragioni valide per confermare questa fiducia anche oggi.

In primo luogo, nel 2018 concluderemo l'esecuzione dell'attuale piano strategico. Siamo in linea con gli obiettivi che ci siamo posti all'inizio di questo piano e, in alcuni ambiti, siamo anche in anticipo rispetto agli obiettivi iniziali.

In secondo luogo, nel 2017 abbiamo raggiunto eccellenti risultati grazie alle azioni strategiche avviate: stiamo implementando con successo la strategia giusta per la nostra Compagnia.

Tutto ciò ci consente quest'anno di proporre un dividendo in aumento del 6% rispetto all'anno scorso.

Generali in borsa: performance migliore rispetto al settore assicurativo europeo

L'efficacia del nostro piano strategico e la nostra capacità nel metterlo in pratica ci sono riconosciute anche dal mercato finanziario.

Il prezzo di Assicurazioni Generali era, stamattina, superiore ai 16 Euro, arrivando quasi a 16,50 Euro.

Da quando abbiamo annunciato l'attuale strategia, nel novembre del 2016, ad oggi, il prezzo del titolo Generali è cresciuto del 40,7%, facendo segnare una performance molto superiore a quella della media dei titoli assicurativi europei (pari al 18,4%). Tale performance rappresenta sicuramente un'inversione di tendenza rispetto agli ultimi dieci anni: da aprile 2008 a novembre 2016, quando abbiamo annunciato il nostro piano industriale, il prezzo del titolo era diminuito del 59,5%, a fronte di una diminuzione dell'8,8% della media dei titoli assicurativi europei.

Certamente non siamo ancora pienamente soddisfatti e siamo anche convinti di poter fare ancora meglio.

Nel corso degli ultimi 12 mesi, io e il Group Chief Financial Officer, Luigi Lubelli, abbiamo incontrato decine di analisti e di investitori, registrando un grande interesse per la storia di profonda trasformazione delle Generali.

Esecuzione della strategia in linea con il Piano Strategico

Desidero ora darvi conto, più nel dettaglio, dell'esecuzione dell'attuale piano strategico.

Generali sta utilizzando le proprie leve industriali per migliorare al massimo la performance operativa e creare valore nel lungo termine.

Per migliorare la performance operativa abbiamo individuato 3 leve.

In primo luogo, stiamo ottimizzando la nostra presenza internazionale. Vogliamo riallocare le nostre risorse verso quei mercati dove crediamo di poter migliorare ulteriormente la nostra performance, uscendo dai business meno promettenti. Ho già annunciato, infatti, la cessione delle nostre attività in Colombia, Panama, Guatemala, Olanda, Irlanda e, ieri sera, abbiamo anche comunicato la cessione dell'attività in Belgio. Attraverso questa leva, prima di aver completato il programma di dismissione, abbiamo già superato l'obiettivo prefissato di 1 Mrd EUR di proventi dalle cessioni, andando oltre 1,1 Mrd EUR.

In secondo luogo, stiamo razionalizzando la macchina operativa. Sono molto felice di annunciarvi che l'obiettivo che ci eravamo posti – 200 Mio EUR di minori costi nei mercati maturi – è stato già raggiunto nel 2017 quando era inizialmente previsto per il 2019, quindi con due anni di anticipo. Tutto questo rafforza ulteriormente la nostra credibilità sui mercati finanziari, la fiducia nella nostra capacità di esecuzione e, infine, conferma che Generali oggi è diventata più efficiente, più agile e pronta a crescere. Nell'ambito di questa leva vorrei ricordare anche il riposizionamento del nostro business in Germania: si tratta della seconda riorganizzazione di una delle nostre business unit più importanti dopo quella realizzata in Italia. In sintesi, abbiamo semplificato i processi in Germania, rafforzato il marchio Generali, consolidato la rete distributiva e migliorato la nostra offerta di prodotti. Inoltre, abbiamo deciso di mettere in run-off Generali Lebensversicherung con l'obiettivo di liberare risorse per cogliere migliori opportunità sul mercato tedesco.

In terzo luogo, stiamo ulteriormente rafforzando la nostra eccellenza tecnica, che fa parte del DNA del nostro Gruppo. Generali è sempre stata all'avanguardia sotto questo profilo, ma essere bravi non ci basta: vogliamo essere i migliori e vogliamo esserlo sempre e dovunque facciamo business. Ad esempio, nel ramo Danni, il nostro Combined Ratio è di

gran lunga il migliore tra i nostri concorrenti. Nel ramo Vita continuiamo a puntare su soluzioni che ci permettono di migliorare la qualità e la redditività del nostro business. Siamo oggi attrezzati per affrontare un contesto di bassi tassi di interesse nel lungo termine o qualsiasi altra condizione avversa.

Veniamo ora alla generazione di valore nel lungo termine. Anche in questo caso abbiamo individuato tre leve.

In primo luogo, stiamo ri-bilanciando il nostro portafoglio vita, ad esempio riducendo la garanzia media in un contesto di tassi di interessi bassi. Per questo, abbiamo deciso di rafforzare le nostre competenze nella gestione degli attivi finanziari e del risparmio e di potenziare l'offerta di prodotti unit linked e di protezione. Questa strategia sta funzionando bene: nel 2017 il tasso garantito medio del nostro portafoglio Vita si è ridotto di 20 punti base e le riserve a basso assorbimento di capitale sono cresciute di 4,5 punti percentuali. Il business dell'asset management ha registrato nel 2017 un aumento dei suoi profitti in Europa dell'81%.

In secondo luogo, stiamo mettendo in pratica delle innovazioni a favore dei clienti e dei nostri distributori. L'obiettivo è di migliorare l'offerta e il servizio ai nostri clienti, per fidelizzare più clienti nei mercati maturi e acquisirne di nuovi nei mercati ad alto potenziale di crescita e di sviluppo. Nel corso del 2017 abbiamo chiaramente raccolto i benefici del nostro programma Net Promoter Score che ha raggiunto il 90% della nostra base clienti e ha permesso un miglioramento notevole degli indicatori di soddisfazione dei nostri clienti.

In terzo luogo, stiamo rafforzando il nostro marchio – il nostro leone alato – per portare sempre più persone a scegliere Generali. Sulle leve che ho descritto prima siamo in linea con le nostre previsioni, o addirittura in anticipo, come nel caso della riduzione dei costi: solo per il marchio è necessaria un'accelerazione per essere in grado di raggiungere il nostro target e per ottenere il risultato che ci eravamo prefissati, ovvero l'incremento della preferenza per il leone alato del 3% nei mercati maturi.

Vorrei anche citare un ultimo componente della nostra strategia alla base di tutte le leve industriali: si tratta della gestione delle risorse umane, che rappresentano per noi l'asset più strategico. Stiamo trasformando i nostri ambienti di lavoro e i processi di gestione delle persone per favorire la flessibilità e il merito, promuovere il dialogo su tutto il Gruppo e offrire condizioni motivanti e formazione continua per rispondere alle sfide della digitalizzazione e dell'automazione. Voglio ricordare come, lo scorso anno, il gruppo Generali ha investito oltre 55 Mio EUR per fornire corsi di formazione a quasi il 90% dei nostri collaboratori.

Diamo inoltre molta importanza alla diversità, non solo in genere, perché siamo convinti che sia un fattore di arricchimento e di progresso. A tale proposito, lo scorso anno abbiamo avviato alcune iniziative nel quadro del programma “Diversity & Inclusion”, e il nostro Group Management Committee si è rafforzato con l’ingresso di due donne di grande valore, Monica Possa e Isabelle Conner.

Infine, così come facciamo con i clienti e i distributori, ascoltiamo anche il parere dei nostri colleghi. Nel 2017 lo abbiamo fatto attraverso il secondo Global Engagement Survey: da questo sondaggio sono emerse aree di forza ma anche aree di miglioramento, che stiamo affrontando con serietà e impegno.

Principali risultati FY2017

I risultati finanziari del 2017 provano che stiamo mettendo in pratica il nostro piano con disciplina, determinazione e successo e che questo è il piano giusto per Generali in questo momento.

Il nostro Group CFO Luigi Lubelli vi darà i dettagli a breve.

Permettetemi, però, di spendere qualche parola sugli elementi che ritengo più importanti dell’ottimo lavoro svolto nel corso del 2017 dagli oltre 70 mila collaboratori di Generali nel mondo.

Nel ramo Vita, la raccolta netta è stata pari a quasi 10 Mrd EUR nel 2017, tra le più alte del mercato e composta interamente di polizze unit-linked e di protezione. Infatti, la raccolta netta delle polizze tradizionali con garanzie e ad alto assorbimento di capitale è stata negativa nel 2017. Grazie a soluzioni a maggior valore aggiunto per i clienti e a minore assorbimento di capitali per la Compagnia, il valore della nuova produzione è cresciuto di oltre 50% nel 2017.

I margini più elevati nel Vita si sono accompagnati all’eccellente redditività nel ramo Danni – la migliore del mercato – nonostante il maggiore impatto derivante dagli eventi catastrofici. Escludendo tali eventi, l’incidenza dei sinistri sui premi è diminuita di 60 punti base nel 2017. Anche la redditività del segmento finanziario e della gestione del risparmio è migliorata notevolmente ed è in linea con gli obiettivi del piano. Tutto ciò si è riflesso in un risultato operativo in crescita del 2,3%, oltre i 4,9 Mrd EUR che è il livello più alto raggiunto nella storia delle Generali.

L’utile netto è in aumento dell’1,4%, attestandosi ad oltre 2,1 Mrd EUR.

Si tratta di risultati eccellenti in un contesto di mercato molto sfidante e che confermano la validità e l’efficacia del nostro piano strategico.

La solidità del nostro capitale, già a ottimi livelli, si è ulteriormente migliorata come attesta l'indice di Solvency 2 che è ben al di sopra del 200%. Secondo il nostro modello interno, questo indice è aumentato di ben 36 punti percentuali nel corso del 2017 e quindi possiamo destinare con fiducia un dividendo più alto a voi azionisti.

Il dividendo che vi proponiamo quest'anno è di 85 centesimi per azione, in aumento del 6%, come dicevo, rispetto all'anno scorso.

Il posizionamento per raggiungere i target finanziari 2015-2018

Concludo questa parte del mio intervento sottolineando che la performance di Generali è pienamente in linea con gli obiettivi finanziari prefissati per il quadriennio 2015-2018.

In termini di flusso di cassa operativo netto, puntiamo a generare più di 7 Mrd EUR cumulati e oggi, a fine 2017, abbiamo raggiunto l'82% di questo target.

In termini di dividendi cumulati, vogliamo distribuire più di 5 Mrd EUR e a fine del 2017 abbiamo già raggiunto il 74% di questo obiettivo.

Infine, il nostro rendimento operativo medio sul patrimonio netto è oggi pari al 13,7%, ben al di sopra del nostro obiettivo del 13%.

Generali rafforza il suo impatto sulla società

Dopo tutti questi numeri positivi, vorrei passare ora ad un tema che considero fondamentale per il futuro di Generali: la responsabilità sociale e la sostenibilità.

L'attività assicurativa è, per sua natura, un'attività solidale e a servizio della comunità. Tale natura è declinata sia nella vision di Generali di proteggere attivamente e migliorare la vita delle persone, sia nei valori del Gruppo che riempiono di significato il nostro marchio e forniscono una motivazione ai nostri colleghi.

Nel 2017, il Gruppo ha siglato la "Carta degli Impegni di Sostenibilità", che fissa 12 priorità sulla base delle quali definiamo i nostri impegni concreti.

Tra questi, come accennato dal Presidente, c'è The Human Safety Net, la rete di protezione umana, che abbiamo lanciato lo scorso mese di ottobre. The Human Safety Net è il primo programma globale del gruppo Generali per contribuire alle comunità in cui operiamo. E' un movimento di persone volto ad aiutare altre persone per liberare tutto il loro potenziale. Il programma è già attivo, o sta per essere avviato, in Italia, Germania, Francia, Spagna, Romania, Slovenia, Argentina, Indonesia, Malesia e Thailandia.

Abbiamo scelto, come sede globale di questo programma, le Procuratie Vecchie in Piazza San Marco a Venezia che sono, ovviamente, un luogo simbolico per le Generali, ma anche una destinazione che attira quasi 30 milioni di visitatori ogni anno da tutto il mondo.

Grazie al nostro progetto di riqualificazione, stiamo valorizzando non solo il nostro palazzo che verrà aperto al pubblico per la prima volta in 500 anni, ma anche tutta l'area marciana. Colgo l'occasione per ricordare che Generali è impegnata in altri progetti immobiliari di grande portata: ad esempio, la torre Generali a Milano, dove, tra pochi mesi, si trasferiranno tutti i dipendenti milanesi. La Torre è parte di Citylife, il quartiere di oltre 360 mila metri quadrati che Generali ha completamente rinnovato con l'aiuto di architetti di fama mondiale. Altro esempio importante è il progetto di riqualificazione del cosiddetto "palazzo rosso" qui a Trieste, dove avrà sede la nostra Group Academy che prevediamo di inaugurare il prossimo anno. Siamo convinti che Trieste sia il luogo perfetto dove stabilire il nostro centro globale di formazione per il sistema internazionale di ricerca e di educazione avanzate che questa città offre.

Sul tema della responsabilità sociale d'impresa, è importante sottolineare anche il nostro impegno verso l'ambiente.

L'impatto ambientale di Generali deriva principalmente dagli investimenti. Generali ha deciso di disinvestire 2 Mrd EUR, attualmente impiegati nel settore del carbone, e di investire 3,5 Mrd EUR entro il 2020 in settori ad alta sostenibilità ambientale.

Una componente fondamentale della responsabilità sociale di un'azienda è anche ovviamente il suo modello di governo. Il Gruppo è oggi un gruppo meritocratico, con processi decisionali snelli e decentrati ed è in grado di liberare le capacità imprenditoriali dei nostri collaboratori. A tutto questo ha contribuito significativamente la riorganizzazione della direzione centrale – l'Head Office – conclusa lo scorso autunno: la dimensione e composizione dell'Head Office sono state ridefinite coerentemente al suo ruolo di controllo e di direzione strategica; alcune attività operative, non più compatibili con il mandato dell'Head Office, sono state trasferite alle unità di business.

Infine, come diceva il nostro Presidente, il Group Management Committee è stato arricchito, ma mi fa piacere ribadirlo, con l'ingresso di quattro manager di grande esperienza e competenza: Monica Possa per Human Resources and Organization, Isabelle Conner per Marketing, Customer and Distribution, Jean-Laurent Granier, Country Manager della Francia e Jaime Anchustegui, Group Chief Operations and Insurance Officer.

Verso il completamento del turnaround industriale

Voglio dunque volgere lo sguardo verso il futuro.

Per il gruppo Generali, il 2018 è un anno fondamentale, perché è l'ultimo esercizio dell'attuale piano strategico e perché dobbiamo lavorare sull'elaborazione del nostro prossimo piano.

Io e tutti i miei colleghi siamo concentrati sull'esecuzione del piano attuale per confermare ulteriormente la nostra credibilità e garantire il raggiungimento di tutti i nostri obiettivi. Però vogliamo anche porre le basi per la prossima fase dello sviluppo del nostro Gruppo.

Annunceremo la nuova strategia per il triennio 2019-2021 il prossimo 21 novembre a Milano, a Citylife.

Voglio anticiparvi che sarà una strategia molto diversa di quella di oggi e sarà basata su un'ulteriore ottimizzazione finanziaria, su un'espansione profittevole del nostro Gruppo e su una sua profonda trasformazione.

Con i risultati del 2017 e le prospettive del 2018, come annunciato, Generali sta decisamente per scrivere una nuova storia di successo del settore assicurativo.

Tutto ciò è possibile solo grazie al talento, all'impegno e alla passione dei nostri 70.000 collaboratori, dei nostri 150.000 agenti e distributori e oggi, davanti a tutti voi, ho l'opportunità di ringraziare tutti loro insieme alla mia squadra del Group Management Committee e al Consiglio di Amministrazione per il loro appoggio e supporto.

Vi ringrazio per l'attenzione e adesso la parola al CFO Luigi Lubelli.