

# IL PROCESSO DI CREAZIONE DI VALORE

Operiamo in un contesto globale caratterizzato da instabilità finanziaria e geopolitica, rivoluzione digitale, questioni di cybersicurezza, cambiamenti climatici, invecchiamento demografico e nuovi sistemi di welfare, nonché dalla pandemia. Ci impegniamo a far leva sui nostri **capitali** - classificati secondo i principi contenuti in *The International <IR> Framework* - e attraverso un modello di business solido e resiliente creiamo valore nel breve, medio e lungo periodo per tutti i nostri stakeholder, dai nostri clienti ad azionisti, dipendenti, agenti, distributori, partner e alla comunità, al fine di garantire un futuro più sicuro e sostenibile.

## CONTESTO ESTERNO

- INSTABILITÀ GEOPOLITICA E FINANZIARIA
- PANDEMIE ED EVENTI ESTREMI
- RIVOLUZIONE DIGITALE E CYBERSICUREZZA
- CAMBIAMENTI CLIMATICI
- INVECCHIAMENTO DEMOGRAFICO E NUOVI SISTEMI DI WELFARE

## IL NOSTRO MODELLO DI BUSINESS

Affrontiamo efficacemente le sfide del contesto esterno facendo leva sui nostri punti di forza: una strategia chiara, un focus sull'eccellenza tecnica, una forte rete distributiva, la solidità patrimoniale del Gruppo e un **modello di business diversificato** che, anche in un contesto complesso come quello della pandemia, si è dimostrato resiliente.

Sviluppiamo per i nostri clienti **soluzioni assicurative** Vita e Danni semplici, integrate, personalizzate, competitive: l'offerta spazia dalle polizze di risparmio, di protezione individuali e della famiglia, polizze unit-linked, nonché coperture auto, abitazione, infortuni e malattia fino a sofisticate coperture per rischi commerciali ed industriali e piani su misura per le multinazionali. Estendiamo inoltre l'offerta a **soluzioni di asset management**, rivolgendoci a clienti terzi sia istituzionali (ad esempio, fondi pensione e fondazioni) sia retail. Facciamo leva sull'**innovazione** quale fattore chiave per la crescita futura, tramite l'offerta di soluzioni su misura e uno sviluppo più rapido dei prodotti. Ci impegniamo a sviluppare anche **soluzioni ad alto valore aggiunto sotto il profilo sociale e ambientale**. Nel processo di sottoscrizione applichiamo rigorosi criteri per la selezione del rischio.

Distribuiamo i nostri prodotti e offriamo i nostri servizi seguendo una **strategia multicanale**, anche grazie alle **nuove tecnologie**: non solo attraverso una rete globale di agenti e promotori finanziari ma anche attraverso broker, bancassurance e canali diretti che consentono ai clienti di ottenere informazioni su prodotti alternativi, confrontare opzioni per il prodotto desiderato, acquistare il prodotto scelto e avvalersi di un eccellente ed esperto servizio post-vendita. Le reti proprietarie sono un elemento chiave e prezioso per il nostro modello di business, il cui ruolo consiste nel dialogare regolarmente con i clienti e nell'assistere nel migliore dei modi, perseguendo l'eccellenza nell'esperienza del cliente e promuovendo il brand Generali.

Riceviamo dai nostri clienti somme per la stipula di contratti di assicurazione che vengono allocate in modo responsabile in **investimenti** di qualità, con particolare attenzione all'impatto che tali investimenti possono avere sull'ambiente e sulla società.

Paghiamo i **sinistri** e le **prestazioni** a seguito di decesso, infortunio o al verificarsi dell'evento assicurato, ai nostri assicurati o ai loro beneficiari. Il pagamento è garantito anche da opportune politiche di asset-liability management.

Ulteriori informazioni sugli **STAKEHOLDER**, oltre a quanto indicato nei relativi capitoli, sono disponibili in:

[www.generali.com/it/our-responsibilities/responsible-business/stakeholder-engagement](http://www.generali.com/it/our-responsibilities/responsible-business/stakeholder-engagement)

CAPITALE FINANZIARIO  
CAPITALE UMANO  
CAPITALE SOCIALE E RELAZIONALE

CAPITALE INTELLETTUALE  
CAPITALE MANIFATTURIERO  
CAPITALE NATURALE

## IL NOSTRO PURPOSE

Aiutare le persone a costruirsi un futuro più sicuro, prendendoci cura della loro vita e dei loro sogni

### VALORI

- Deliver on the promise
- Value our people
- Live the community
- Be open

### I NOSTRI BEHAVIOURS

- Ownership
- Simplification
- Innovation
- Human touch

[www.generali.com/it/who-we-are/our-culture](http://www.generali.com/it/who-we-are/our-culture)

BRAND



## LA NOSTRA STRATEGIA GENERALI 2021

Diventare Partner di Vita per i clienti, offrendo soluzioni innovative e personalizzate grazie a una rete distributiva senza uguali.

Essere leader del mercato assicurativo europeo per i privati, i professionisti e le PMI, creando allo stesso tempo una piattaforma di asset management globale e focalizzata, e perseguendo opportunità nei mercati ad alto potenziale.

## LA NOSTRA GOVERNANCE

In un contesto economico e finanziario sfidante, riteniamo che la nostra governance, conforme alle migliori pratiche internazionali e in linea con i principi e le raccomandazioni delineati dal Codice di Corporate Governance, sia adeguata a supportare efficacemente il perseguimento della nostra strategia e, quindi, del **successo sostenibile** della Società.

CAPITALE FINANZIARIO  
CAPITALE UMANO  
CAPITALE SOCIALE E RELAZIONALE

CAPITALE INTELLETTUALE  
CAPITALE MANIFATTURIERO  
CAPITALE NATURALE

