

Generali 2021: confermata la strategia. Pieno impegno nel raggiungimento dei target finanziari

- **La strategia Generali 2021 ha dimostrato la sua efficacia** grazie ai risultati raggiunti nell'attuale contesto
- **AUMENTO DEGLI UTILI PER AZIONE:** 6%-8% IL RANGE DEL TASSO ANNUO COMPOSTO DI CRESCITA DELL'UTILE PER AZIONE 2018-21¹
- **DIVIDENDI IN CRESCITA:** € 4,5 – 5 MILIARDI DI DIVIDENDI CUMULATIVI 2019-2021; 55%-65% IL RANGE DEL DIVIDEND PAY OUT 2019-2021, SOGGETTO AL CONTESTO REGOLATORIO²
- **RENDIMENTO PIÙ ELEVATO PER GLI AZIONISTI:** IL ROE DEL 2019 E QUELLO ATTESO DEL 2021 > 11,5%, MENTRE QUELLO DEL 2020 È IMPATTATO DAL COVID-19 E DA ONERI NON RICORRENTI
- **Riduzione del debito finanziario pari a € 1,9 miliardi:** obiettivo raggiunto con un anno di anticipo sul piano
- **Ulteriori € 100 milioni di risparmi per il 2021³:** dall'originale obiettivo di riduzione della spesa di € 200 milioni in aumento del 50% a € 300 milioni
- Generali ha affrontato efficacemente la pandemia del Covid-19 facendo leva sui propri punti di forza: **una strategia chiara, il focus sull'eccellenza tecnica, una forte rete distributiva e un modello di business diversificato.**
- Sono state adottate proattivamente iniziative determinanti per minimizzare l'impatto diretto sul business della pandemia, proteggere valore per gli azionisti e supportare clienti, agenti e le comunità, **anche grazie all'impiego in 25 Paesi del Fondo Straordinario Internazionale da € 100 milioni.**
- Definite chiare priorità strategiche per il successo di Generali 2021 e oltre:
 - **Mantenere un approccio disciplinato per la gestione della liquidità, del capitale e il suo reimpiego**
 - **Conseguire significativi risultati nel Vita e nel Danni facendo leva su un'expertise tecnica best-in-class**
 - **Sviluppare ulteriormente la strategia multi-boutique nell'asset management**
 - **Aumentare la preferenza da parte dei clienti grazie a una crescente digitalizzazione dei canali distributivi**
 - **Adottare un focus rigoroso sui costi**

¹ CAGR su 3 anni; normalizzato per l'impatto delle plus e minusvalenze derivanti dalle dismissioni.

² Normalizzato per l'impatto delle plus e minusvalenze derivanti dalle dismissioni.

³ In Europa.

Milano - Generali incontra oggi la comunità finanziaria, in occasione dell'Investor Day che si tiene online, per illustrare l'aggiornamento del piano strategico triennale Generali 2021. Il Gruppo conferma i target finanziari, evidenziando la capacità di affrontare efficacemente la crisi globale del Covid-19 e la validità delle convinzioni alla base del piano.

Il Group CEO di Generali, Philippe Donnet, ha affermato: *"La nostra strategia Generali 2021 si conferma efficace e ancora più valida nell'attuale contesto di mercato. Il Gruppo sta affrontando la più grave crisi globale del dopoguerra facendo leva sui propri punti di forza: l'esecuzione disciplinata della strategia, il focus sull'eccellenza tecnica, una forte rete distributiva e un modello di business diversificato. Questi punti di forza, insieme alla nostra solidità patrimoniale e alla eccellenza nell'innovazione, ci permettono di essere pienamente impegnati nel raggiungimento dei target finanziari della nostra strategia e di essere ben posizionati per cogliere future opportunità. A due anni dal lancio del piano stiamo mantenendo gli impegni con tutti gli stakeholder, grazie anche alla valorizzazione delle nostre persone, a un brand sempre più forte e al crescente impegno sulla sostenibilità"*.

Posizione di forza per cogliere opportunità di lungo termine

Generali si conferma *best in class* grazie a un modello diversificato di business, con una selezione dei rischi ottimale che ha minimizzato l'impatto della pandemia del Covid-19. La raccolta si è dimostrata resiliente, nonostante la turbolenza dei mercati, e il Gruppo ha continuato a conseguire performance tecniche eccellenti. La strategia dell'asset management sta assicurando una maggiore diversificazione delle fonti di utile e la posizione finanziaria resta solida, con forti riserve di capitale e significative rimesse di cassa.

Le premesse alla base del piano triennale si sono confermate ancora più valide alla luce dei trend attuali e hanno consentito a Generali di rafforzare la leadership in Europa attraverso l'esecuzione disciplinata della strategia, di cogliere opportunità di crescita facendo leva sull'offerta di protezione e sull'asset management, di accelerare la trasformazione digitale e la distribuzione multicanale.

Generali è oggi ben posizionata per cogliere opportunità di crescita profittevole nel segmento Vita e nella previdenza complementare, in uno scenario in cui la domanda in questo settore aumenta con l'invecchiamento della popolazione, rappresentando un'opportunità unica per l'offerta di prodotti pensionistici. Il Gruppo può inoltre fare leva sull'eccellente rete distributiva e sull'ottima marginalità tecnica, insieme a un'ampia offerta di prodotti che unisce soluzioni di asset management, opzioni ESG, prodotti biometrici e soluzioni per la clientela senior.

Dall'inizio del piano **l'impegno di essere Partner di Vita si è ulteriormente rafforzato**, grazie alla qualità delle reti agenziali e dei canali diretti e alla crescente digitalizzazione. In particolare, Generali può contare su 3,8 milioni di clienti registrati online, sulla digitalizzazione dell'82% degli agenti e su una nuova generazione di prodotti che incorporano servizi personalizzati ad alto valore aggiunto.

I trend del settore a lungo termine, come ad esempio la digitalizzazione, sono stati accelerati dalla risposta al Covid-19 e permetteranno a Generali di cogliere opportunità per un'ulteriore crescita, per una più elevata soddisfazione dei clienti e un più forte coinvolgimento dei dipendenti.

Generali sta rafforzando con successo la propria leadership in Europa, proseguendo efficacemente l'integrazione delle compagnie acquisite e generando nuovo valore attraverso le partnership (Adriatic Slovenica, Concordia, Seguradoras Unidas, Cattolica, Lumyna, Sycomore, KD Skladi, Union Poland, AdvanceCare), in

linea con le priorità strategiche e in stretta coerenza con il programma di M&A basato su criteri selettivi chiari e rigorosi.

Forza finanziaria, accelerazione della strategia e trasformazione del Gruppo

Il maggiore contributo derivante dalla riduzione delle spese e dall'ottimizzazione del debito ha consentito al Gruppo di rimanere in linea con l'obiettivo della crescita dell'utile per azione (EPS), nonostante il difficile contesto determinato dal Covid-19, collegato al rallentamento macroeconomico e al perdurante basso livello dei tassi di interesse.

La **solidità patrimoniale del Gruppo** si è dimostrata resiliente nell'attuale contesto economico e finanziario internazionale, caratterizzato da grande incertezza, così come in ulteriori simulazioni di stress test: al 30 settembre 2020, il Solvency II Ratio era pari al 203%.

La riduzione del debito finanziario si attesta a € 1,9 miliardi, collocandosi al livello più alto della forchetta del target di Generali 2021, con un anno di anticipo rispetto al piano, mentre **l'obiettivo di riduzione della spesa lorda per interessi** è stato superato con un anno di anticipo, con una riduzione attesa degli oneri per interessi pari a € 200 milioni nel 2021 (vs. 2017).

Le strategie di Capital Management e Cash Management sono state attuate con successo. L'obiettivo di un flusso di cassa netto per la holding pari a € 7 miliardi è stato raggiunto in anticipo rispetto a quanto da Generali 2021 e l'aumento significativo delle rimesse alla Holding provenienti dalle business unit è in linea con il piano (target: oltre € 9,5 miliardi), così come il raggiungimento di una forte e sostenibile generazione normalizzata di capitale (target: oltre € 10,5 miliardi).

Nel segmento Vita, Generali è stato tra i *first mover* in Europa nell'implementare una strategia di de-risking per la linea Risparmio. Nei mercati chiave di Italia, Germania e Francia sono state intraprese quattro azioni strategiche fondamentali, che consentono di ottenere margini resilienti: cambiamento del business mix, ristrutturazione delle garanzie, una strategia proattiva di Asset Liability Management e cessioni mirate.

Nel segmento Danni, il Gruppo può fare affidamento su flussi di cassa solidi e prevedibili, facendo leva sull'elevata competenza nella selezione dei rischi, prudenti politiche di riassicurazione e l'eccellenza tecnica di strumenti di *data analytics*. **Il Combined Ratio di Generali si è inoltre dimostrato il più basso e il meno volatile tra i peers.**

L'eccellenza della customer e distribution experience si evidenzia in una maggiore fedeltà della clientela, grazie agli Hallmark di Gruppo per diventare Partner di Vita dei clienti, che si riflettono in una crescita del Relationship Net Promoter Score (RNPS)⁴ più veloce dei competitor, (+7 pp., 3Q2020 vs. 1Q 2019) e in un miglioramento della customer retention (+2,7%, 3Q2020 vs. 2018).

Il Gruppo ha accelerato la trasformazione del proprio business, che sta incrementando ulteriormente la profittabilità, confermando investimenti strategici per € 1 miliardo. L'obiettivo di riduzione dei costi per un ammontare di € 200 milioni è stato raggiunto in anticipo grazie all'esecuzione disciplinata di iniziative di risparmio e trasformazione. Nel 2021 Generali consoliderà nuove modalità di lavoro e ottimizzerà ulteriormente i servizi esterni conseguendo risparmi per ulteriori € 100 milioni, con una riduzione complessiva delle spese pari a € 300 milioni.

⁴ Perimetro: società di Generali in Europa, Asia, Argentina e Turchia.

Asset Management

L'esecuzione della strategia del segmento Asset Management ha contribuito positivamente al raggiungimento degli obiettivi delineati nel piano strategico Generali 2021, grazie all'implementazione della piattaforma multi-boutique che sta fornendo ottime performance ai propri clienti e consentendo la crescita della clientela esterna.

Gli obiettivi dell'Asset Management per il 2021 sono confermati e la loro evoluzione è in linea:

- Il risultato netto del segmento è atteso a circa € 350 milioni nel 2020 (target 2021: € 400 milioni di euro);
- Il contributo dei ricavi da clienti esterni si prevede quest'anno in crescita al 32% (target 2021: 35%);
- Il margine operativo del segmento per il 2020 si attesta al 52% (target 2021: > 45%).

L'ambizione di lungo termine è quella di posizionare Generali tra le prime 5 multi-boutique al mondo per risultato netto.

La strategia guidata dall'approccio ESG

La sostenibilità è un presupposto fondante di Generali 2021, che guida la trasformazione del business e la strategia nel lungo periodo. Generali conferma un chiaro framework ESG, integrato in tutti i livelli del business e basato su: un'efficace struttura di governance; chiari obiettivi e metriche; rigorose priorità per contrastare l'emergenza climatica attraverso il core business; focus sugli investimenti e i prodotti; obiettivi ambiziosi relativi al RNPS in linea con la nostra promessa di essere Partner di Vita; coinvolgimento e riqualificazione dei dipendenti con particolare attenzione alla Diversity&Inclusion.

Come investitore responsabile, Generali sta proattivamente integrando valutazioni ESG nei processi d'investimento per tutte le asset class, con l'obiettivo di conseguire ritorni finanziari di lungo periodo rinforzando il proprio approccio al risk management. A conferma di un impegno condiviso, la remunerazione del top management e dei manager di Gruppo è ora legata a obiettivi ESG.

Il Gruppo è pienamente in linea con gli obiettivi di sostenibilità 2021: aumento di € 4,5 miliardi in nuovi investimenti green e sostenibili e crescita compresa tra il 7% e il 9% dei premi lordi con valore green e sociale anche con lo sviluppo di soluzioni dedicate ai clienti responsabili.

Generali è inoltre un innovatore nell'ambito della sostenibilità, essendo stato il primo assicuratore europeo a emettere un green bond.

Generali ha inoltre istituito il premio EnterPRIZE a favore delle PMI più sostenibili e promuove i progetti di The Human Safety Net a supporto delle comunità nei 22 Paesi in cui opera.

IL GRUPPO GENERALI

Generali è uno dei maggiori player globali del settore assicurativo e dell'asset management. Nato nel 1831, è presente in 50 Paesi con una raccolta premi complessiva superiore a € 69,7 miliardi nel 2019. Con quasi 72 mila dipendenti nel mondo e 61 milioni di clienti, il Gruppo vanta una posizione di leadership in Europa ed una presenza sempre più significativa in Asia e America Latina. L'ambizione di Generali è quella di essere "Lifetime Partner" per i clienti, offrendo soluzioni innovative e personalizzate grazie a una rete distributiva senza uguali.