



# Lancio di Groupama Assicurazioni Conferenza stampa

Roma, 22 ottobre 2009





Roma, 22 ottobre 2009

- ▶▶ **Presentazione di Groupama**
- ▶▶ **Groupama nel mondo: una strategia di crescita e integrazione**
- ▶▶ **Lancio di Groupama Assicurazioni sul mercato italiano**
  - Contesto
  - Elementi principali dello sviluppo futuro
  - Le ambizioni di Groupama Assicurazioni



# **Presentazione di Groupama**

## **Jean Azéma – Direttore Generale di Groupama**

Roma, 22 ottobre 2009



## Un protagonista nel settore assicurativo

### ►► Un gruppo mutualistico di origine agricola attivo da oltre 100 anni nella fornitura di servizi assicurativi, bancari e finanziari

- 1900 Entrata in vigore della legge che permette la creazione di casse mutualistiche assicurative agricole in Francia
- 1963 Copertura del ramo danni
- 1972 Creazione del ramo vita
- 1986 Creazione del marchio Groupama
- 1998 Acquisizione di Gan, 4° assicuratore in Francia
- 2001 Partnership con il gruppo bancario Société Générale  
Licenza in Vietnam  
Piano di raggruppamento delle Casse regionali e progetto di apertura del capitale del Gruppo
- 2003 Sviluppo dell'offerta bancaria, licenza in Cina
- 2005 Acquisizioni in Gran Bretagna, Spagna, Turchia, Italia, Grecia, Romania, Ungheria, Bulgaria e Slovacchia, partecipazione
- nel 1° assicuratore tunisino e partnership strategica con OTP Bank
- 2008



Assicurazioni



# Un attore economico importante



» **Grande notorietà in Francia, basata su tre marchi**



» **Marchio unico in altri 13 paesi**



» **Ampia base di clienti**



**16 milioni di clienti in Francia e nel resto del mondo**





## Un attore economico importante



►► **Assicuratore di importanza fondamentale** sul mercato francese



**1°** assicuratore polizze sanitarie personali  
**1°** assicuratore polizze agricole  
**1°** assicuratore polizze casa  
**3°** assicuratore polizze auto  
**3°** assicuratore PMI

►► **Grande crescita a livello internazionale**



**30%** del fatturato  
**38 500** dipendenti di cui  
**11 200** all'estero

►► **Buona solidità finanziaria**



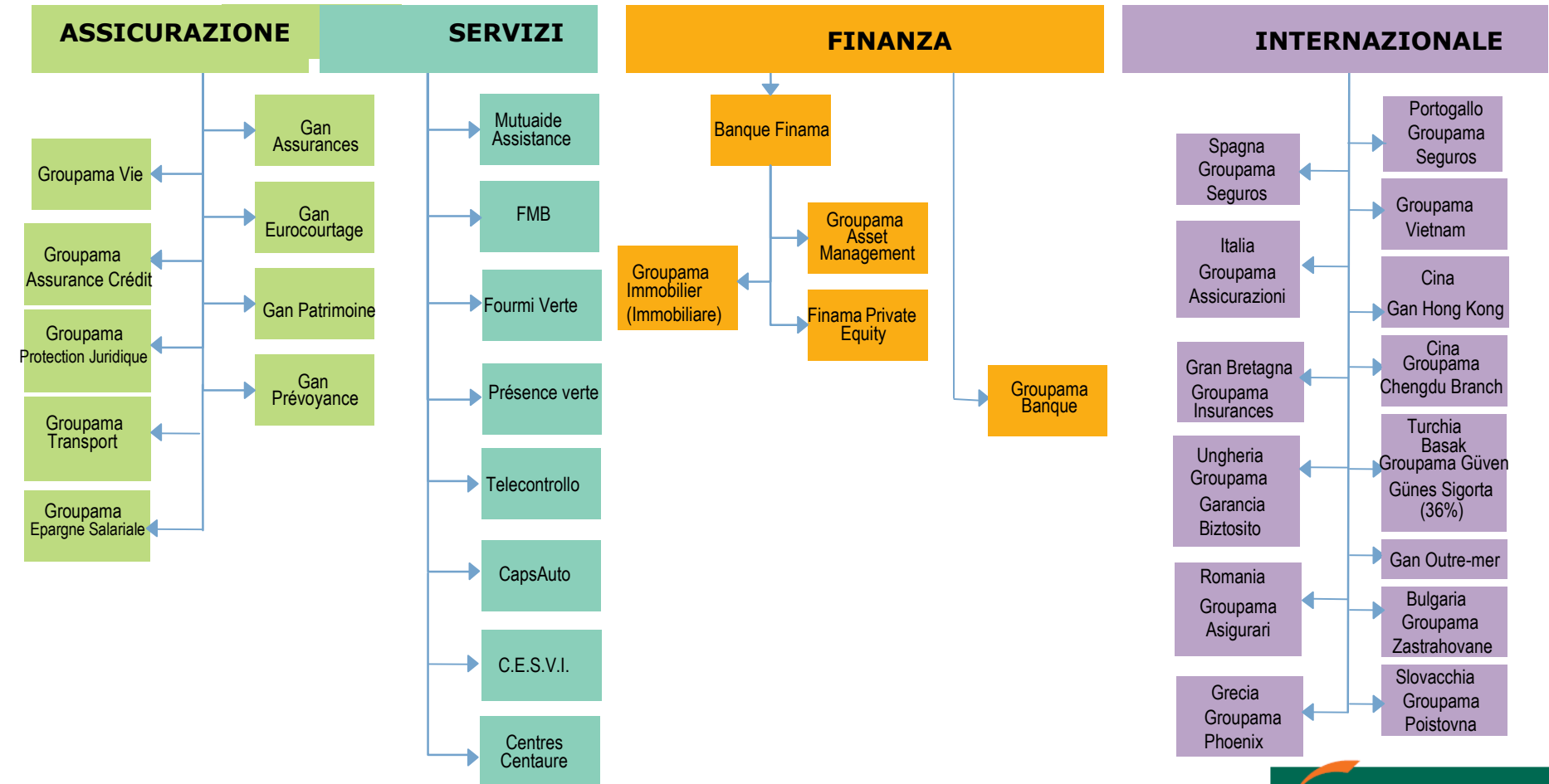
**Margine di solvibilità:**  
**180%\***

\*fine agosto 2009



Assicurazioni

# Un gruppo che offre ai propri clienti diverse attività attraverso numerosi canali distributivi





## **Le risorse umane, la ragione del successo del Gruppo**

- ▶ **Dipendenti e manager impegnati e attivi per raggiungere le ambizioni del Gruppo**
- ▶ **Politica attiva e dinamica di recruitment**
- ▶ **Priorità data allo sviluppo professionale e alla mobilità interna**
- ▶ **Internazionalizzazione delle risorse umane del Gruppo**
- ▶ **Impegno responsabile della società verso le risorse umane**



## Sviluppo organico in Francia e a livello Internazionale

### ►► Un'ambizione

- Rendere GROUPAMA uno dei leader europei nel ramo assicurativo permettendogli di entrare nei Top 10 entro il 2012 al fine di garantire continuità e indipendenza al Gruppo

### ►► Una strategia di crescita

- Rafforzare e sviluppare la posizione di compagnia assicurativa generalista in Francia
- Sviluppare il Gruppo a livello internazionale
- Migliorare la redditività attraverso una maggiore efficienza

## Sviluppo organico in Francia e a livello Internazionale

### ► In Francia: assumere il ruolo di assicuratore di riferimento

- Rafforzare il ramo assicurativo relativo a beni e responsabilità civile
- Crescere nel settore dell'assicurazione di persone
- Continuare lo sviluppo dei servizi bancari
- Migliorare la crescita organica, in particolare in ambito urbano



## Ricerca dello sviluppo organico in Francia e nell'area Internazionale

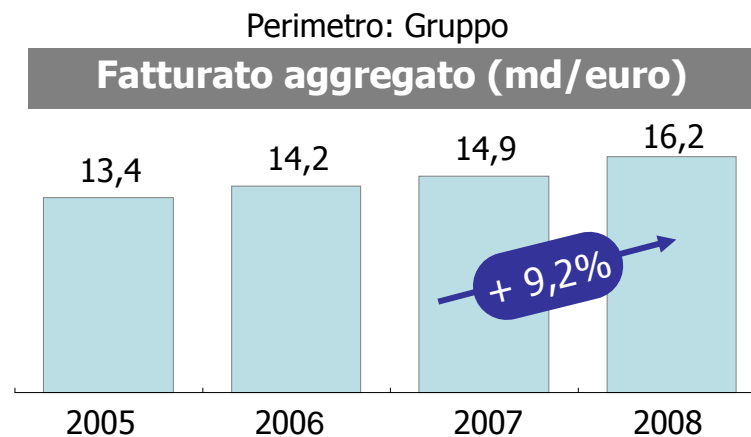
### ► Nei mercati internazionali: diventare un attore di primo piano sui nuovi mercati

- Perfezionare l'integrazione o la fusione delle società acquisite
- Continuare l'espansione in Europa centrale e orientale
- Sviluppare gli accordi di bancassurance e stipularne di nuovi
- Migliorare l'efficienza commerciale e capitalizzare il know-how del Gruppo

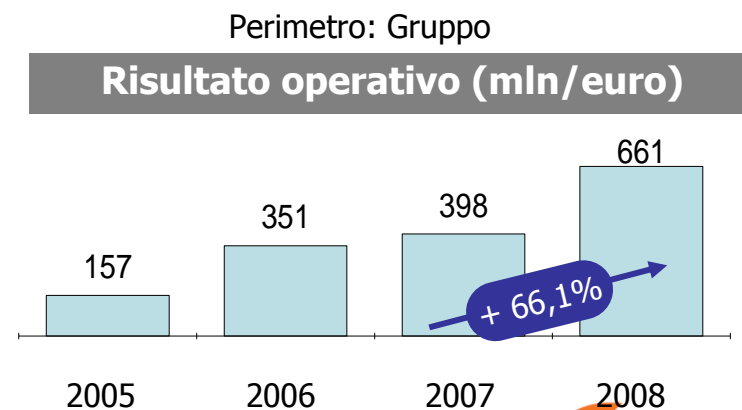
## Una strategia di crescita sostenibile e redditizia

### ►► Accelerazione dello sviluppo

– evoluzione del fatturato



### ►► Forte incremento del risultato operativo





**Groupama a livello internazionale:  
una strategia di crescita e integrazione**  
Jean-François Lemoux  
– Direttore Generale Internazionale

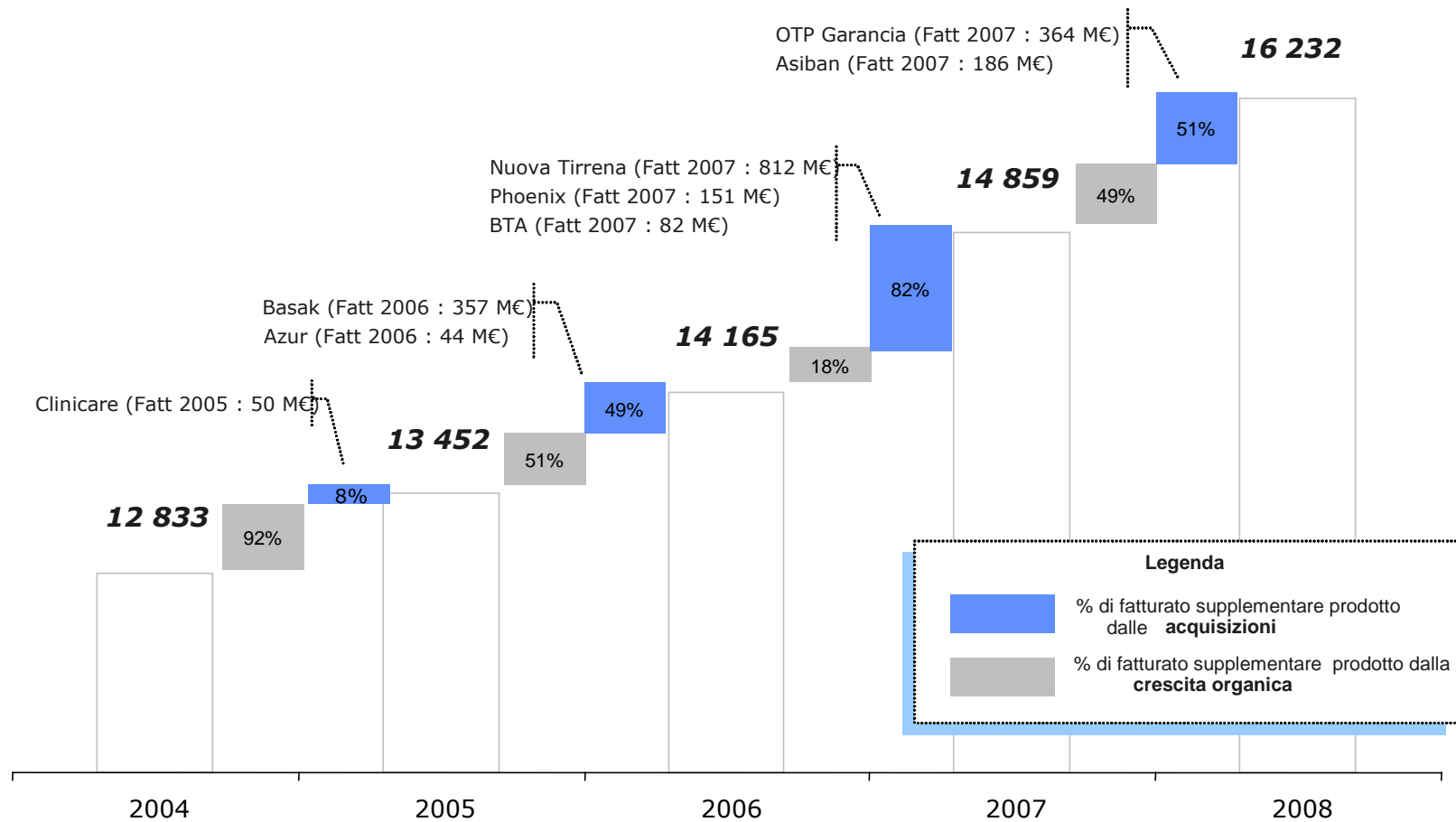
Roma, 22 ottobre 2009

# Un'attività in crescita nei mercati internazionali



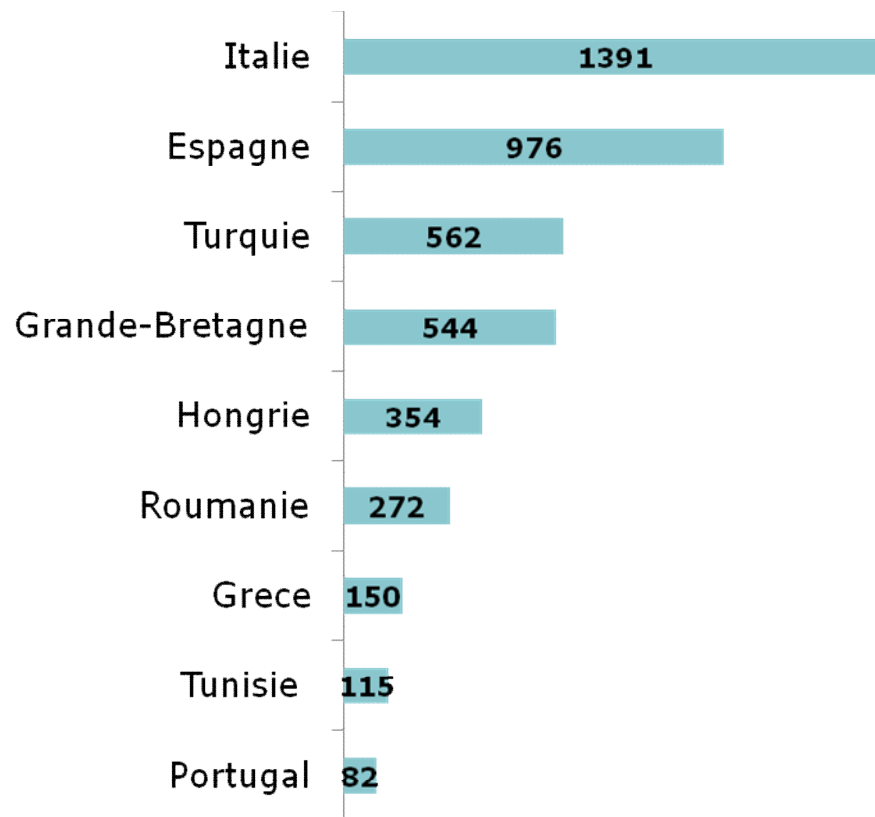
# Le acquisizioni a livello internazionale hanno fortemente contribuito alla crescita

## Andamento dei premi del Gruppo nel periodo 2004-2008



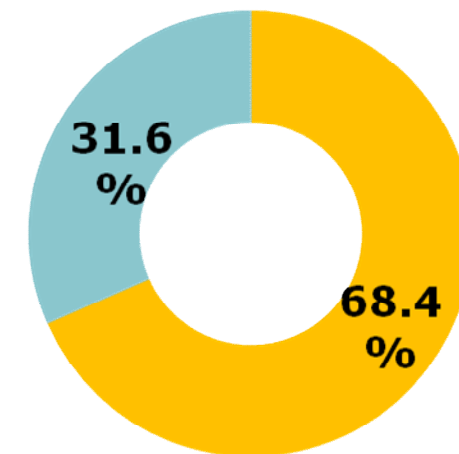
## Un gruppo di dimensioni europee

### Classificazione del Fatturato Area Internazionale [2008, mio/€]



### Distribuzione del fatturato

■ France ■ International





## Sviluppo delle attuali strutture

### Investire nelle reti di distribuzione

- Apertura di agenzie
- Ristrutturazione delle reti di distribuzione
- Potenziamento degli accordi di bancassurance
- Vendita diretta

### Diversificare l'offerta

- Accelerazione dello sviluppo commerciale
- Offerta di nuovi prodotti con servizi associati
- Sviluppo delle assicurazioni del comparto agricolo
- Risparmio individuale e Previdenza

### Capitalizzare sulle integrazioni realizzate nel 2009:

- Italia: integrazione Groupama Assicurazioni e Nuova Tirrena
- Integrazione in Ungheria (Groupama Biztosito-OTP Garancia)
- Romania (3 società), Turchia (Basak Groupama-Güven)
- Integrazione in Slovacchia e Bulgaria

## Principali tappe della storia di Groupama in Italia

### ►► Un gruppo assicurativo con una presenza centenaria in Italia

- 1881 → Le Phénix è il primo operatore assicurativo francese autorizzato ad operare in Italia
- 1990 → Le Phénix è acquisito da Gan Assurances
- 1998 → Gan Assurances entra a far parte del Gruppo Groupama
- 2007 → Acquisizione e integrazione di Nuova Tirrena
- 2009 → Lancio di Groupama Assicurazioni



## **Gli elementi principali del Gruppo sul mercato italiano**

- ▶▶ **L'Italia rappresenta già il secondo mercato del Gruppo**
- ▶▶ **Il mercato presenta un potenziale di sviluppo:**
  - tasso di penetrazione pari al 3,5% del PIL nel ramo vita (vs 6,2% in Francia)
  - tasso di penetrazione pari al 2,4% del PIL nel ramo non vita (vs 3,0% in Francia)
- ▶▶ **Esperienza pluriennale nell'organizzazione e nel coordinamento di tutte le reti di distribuzione**
- ▶▶ **Know-how riconosciuto in tutti i campi, in 14 paesi**



## **Visione strategica del mercato italiano**

- ▶▶ **Essere un attore di riferimento del mercato continuando ad investire su una piattaforma con forti potenzialità (prodotti, servizi, reti...)**
- ▶▶ **Sviluppare la rete di agenti, elemento principale della crescita del gruppo**
- ▶▶ **Promuovere partnership con le banche regionali fortemente radicate sul territorio**
- ▶▶ **Accrescere il know-how del gruppo attraverso scambi di competenze**
- ▶▶ **Diversificare il portafoglio prodotti**
- ▶▶ **Incrementare la redditività e l'efficienza**



# **Lancio di Groupama Assicurazioni sul mercato italiano**

**Pierre Lefèvre – Amministratore  
Delegato e Direttore Generale  
Groupama Assicurazioni**

Roma, 22 ottobre 2009



## **Creazione di una delle più importanti compagnie del mercato italiano**

- ▶▶ **Groupama Assicurazioni nasce dalla fusione tra le attività di Groupama Italia e Nuova Tirrena**
- ▶▶ **Ad oggi, la nuova società è una delle più importanti compagnie del mercato italiano (fatturato di €1,4 miliardi, 850 agenzie, oltre 900 dipendenti e 1,7 milioni di clienti)**
- ▶▶ **Il Piano di sviluppo al 2012 comporterà importanti investimenti**



## **Il Piano di Integrazione 2007-2009**

- ▶ **Rinnovo completo dei processi e delle strutture di Groupama Italia e Nuova Tirrena**
- ▶ **Sviluppo di 117 progetti trasversali che verranno ultimati nell'estate 2010**
- ▶ **Gli elementi chiave del Piano sono:**
  - Integrazione dei sistemi informativi
  - Creazione di una gamma di prodotti unica, innovativa e competitiva
  - Sviluppo di una cultura d'impresa comune orientata alla soddisfazione del cliente
- ▶ **Sinergie maggiori derivanti dall'integrazione dei sistemi IT e delle strutture di back office**



## **Il Piano di Sviluppo al 2012**

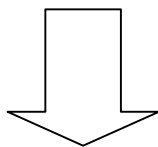
- ▶ **Crescita equilibrata nel ramo Vita e nel ramo Danni**
- ▶ **Incremento della presenza capillare della rete distributiva su tutto il territorio italiano**
- ▶ **Diversificazione del portafoglio prodotti e innovazione (coniugando la conoscenza delle esigenze della clientela con le competenze internazionali del Gruppo)**
- ▶ **Sviluppo di nuovi accordi di bancassurance con banche fortemente radicate sul territorio**



## Il Piano di Investimenti

### ▶ Il Piano di investimenti sarà focalizzato su:

- Apertura di nuove agenzie (almeno 25 all'anno)
- Promozione del nuovo marchio Groupama Assicurazioni (lancio di una nuova campagna pubblicitaria)
- Modernizzazione e riorganizzazione dei sistemi IT, delle strutture operative e dei processi interni
- Progetti di formazione e marketing comuni



Aumento della capacità commerciale della rete distributiva



## Ambizioni di Groupama Assicurazioni

- ▶▶ **Creare una compagnia di assicurazioni moderna e trasparente, fondata sui valori che hanno permesso a Groupama di diventare una delle principali compagnie in Europa**
  - Crescita significativa nel ramo Vita
    - » Target di crescita del 20% a/a fino al 2012
    - » Notevole contributo derivante dal canale bancassurance
  - Crescita selettiva nel ramo Danni
    - » Target di crescita del 4% a/a fino al 2012
    - » Lancio di nuovi prodotti e coperture (ad esempio nel comparto agricolo)
  
- ▶▶ **La nuova società mira a diventare una delle prime compagnie di assicurazione entro il 2012**

**Il nuovo marchio italiano  
di uno dei maggiori gruppi  
assicurativi europei**



“Groupama Assicurazioni è tranquillità”





# Una campagna orientata alla trasmissione dei valori di Groupama



Assicurazioni



# Q&A



**Grazie**