

05/03/2019
COMUNICATO STAMPA

GENERALI ITALIA, LA NUOVA STRATEGIA DI COUNTRY 2021: “PARTNER DI VITA” PER UNA CRESCITA DI VALORE

Famiglia, benessere, lavoro e mobilità: “Partner di Vita” nei momenti rilevanti delle persone con più servizi, prevenzione e tecnologia

Apertura a partnership per essere l’assicuratore di riferimento per ecosistemi connessi su mobilità, casa, imprese e salute

Al via un nuovo approccio alla mobilità: Generali assicura lo spostamento della persona non più solo l’auto

Da Generali Country Italia parte la piattaforma paneuropea della mobilità del Gruppo

Investimento di €300 mln nel triennio per innovazione, competenze e persone

Ambizione 2021:

- Aumento soddisfazione clienti (+10 punti di Net Promoter Score)
- Aumento produttività della Rete (+10-15%)
- Crescita in tutti i segmenti di business: Vita, Danni e Salute
- 2,5 milioni di clienti connessi (+65%)

Generali Country Italia: in meno di tre anni completa il percorso di trasformazione e chiude 2018 in crescita con oltre €23 miliardi di Premi complessivi (+4,5%)

Generali Italia rafforza la “natura sociale” di assicuratore con progettualità proprie per le comunità e un piano di 1150 assunzioni nel triennio

Marco Sesana, Country Manager & Ceo Generali Italia e Global Business Lines: *“Vogliamo avere un ruolo attivo per migliorare la vita delle persone. Oggi con la nuova strategia “Partner di Vita”, insieme ai nostri agenti e consulenti, diamo il via a un piano di crescita di valore. Investiremo € 300 milioni in persone, competenze e innovazione per potenziare la nostra capacità ed essere partner di vita nei momenti rilevanti delle famiglie”.*

Mogliano Veneto – Più semplice, innovativa, profittevole e sostenibile. Dopo aver concluso con successo il percorso di trasformazione, Generali Italia lancia il nuovo piano strategico di Country 2021 “Partner di Vita”. Obiettivo: una crescita di valore.

Renato Agalliu
Responsabile Ufficio Stampa
M.+39 342 1889490
renato.agalliu@generali.com

Carla Di Leva
Ufficio Stampa
M.+ 39 39 345 6068447
carla.dileva@generali.com



www.generali.it

Per Generali Italia, **Partner di Vita** significa essere al fianco delle persone in tutti i momenti rilevanti: **famiglia, benessere, lavoro e mobilità**.

L'ambizione della nuova strategia è quella di offrire la miglior customer experience attraverso tutti i canali di relazione, prevenzione e protezione con più servizi e tecnologia, e di essere l'assicuratore di riferimento per ecosistemi connessi per lo sviluppo di nuovi servizi su mobilità, casa, imprese e salute.

Con il nuovo piano Generali Country Italia è pronta a rivoluzionare anche l'approccio alla mobilità: assicurando lo spostamento della persona, non solo l'auto.

Nell'ambito della mobilità sono già state avviate le prime partnership strategiche - con Fca su auto connessa e Bmw - Drive Now su car sharing - per lo sviluppo di nuovi servizi attraverso ecosistemi connessi.

Da Generali Country Italia prenderà il via la piattaforma paneuropea della mobilità del Gruppo: questo facendo leva sulle migliori competenze per big data, intelligenza artificiale e profilazione del cliente, anche grazie a My Drive, centro di competenza mobility analytics che sarà un asset della piattaforma basata in Italia.

Nel prossimo triennio, per l'implementazione della nuova strategia si investiranno 300 milioni di euro in innovazione, competenze e persone.

Generali Italia rafforza la "natura sociale" di assicuratore, attraverso lo sviluppo di progettualità proprie su temi ad alto impatto sociale per il Paese: educazione, welfare e salute, arte e cultura, catastrofi naturali, diversity & inclusion. Si avvia anche un piano di inserimenti lavorativi: 1150 assunzioni nel prossimo triennio.

La presentazione della nuova strategia è avvenuta oggi all'Innovation Park nella sede di Mogliano Veneto, in occasione dell'Open Day "Partner di Vita", che ha coinvolto dipendenti, partner, media e istituzioni. La giornata si è aperta con la visita del Ministro dell'Economia e delle Finanze, Giovanni Tria.

Completato il percorso di trasformazione: oggi Generali Italia è più semplice, innovativa, profittevole e sostenibile

In meno di tre anni, Generali Italia ha chiuso con successo il percorso di trasformazione con la semplificazione dei processi chiave, 100% agenzie abilitate alla vendita in digitale e oltre 50% polizze emesse digitalmente; l'introduzione di nuove capacità con la creazione di una società di servizi lot e connected insurance (Generali Jeniot), una società di welfare integrato (Generali Welion), e la creazione di team con nuove skill Advanced Analytics, Experience Designer, Digital Developer/Expert; una continua innovazione delle modalità di lavoro, con l'avvio ad esempio dello smart working.

Nel triennio 2016-2018 è stata poi rinnovata l'offerta: il 65% della nuova produzione Vita è a componente ibrida.

Oggi Generali Italia è

- **più semplice.** 1 sola volta dati richiesti al cliente, 1 solo incontro per stipula contratto, firma elettronica;
- **più innovativa.** IoT e connected insurance: brevettato il Real time coaching, primi nella behavioural telematics; sviluppo analytics e automazione: lanciata la prima chatbot e videochat assicurativa e prodotto parametrico per agricoltura;
- **più profittevole.** Al 31 dicembre 2018, oltre 23 miliardi di euro di premi totali, in crescita del 4,5% rispetto all'anno precedente; 1,6 milioni di clienti connessi

- **più sostenibile.** Progettualità proprie come Welfare Index PMI, Ora di Futuro, Bullyctionary, Valore Cultura, Protezione solidale.

Partner di Vita, i 5 pilastri della strategia e gli obiettivi 2021

La nuova strategia si basa su pilastri:

- **Consulenza di valore:** tutti i canali di relazione per essere vicini al cliente, più tempo agli agenti per la relazione;
- **Focus sul cliente:** per standard operativi da “Experience Company” e misurazione sistematica della soddisfazione dei clienti;
- **Nuova generazione di offerta assicurativa integrata;** innovazione della value proposition nel Vita, Danni e Salute con più prevenzione, servizi e tecnologia
- **Apertura alle partnership e agli ecosistemi:** per essere l'assicuratore di riferimento per ecosistemi connessi su mobilità, casa, imprese, salute.
- **Evoluzione del modello operativo:** attraverso Trasformazione IT e Smart Process Automation come fattori distintivi e leve di efficienza; il rafforzamento della leadership nell'eccellenza tecnica e nuovi modi di lavorare per migliorare l'engagement e la produttività.

Obiettivi 2021 per una crescita di valore:

Aumento soddisfazione clienti (+10 punti del Net Promoter Score)

Aumento produttività della Rete (+10-15%)

2,5 milioni clienti connessi (+65%)

Crescita in tutti i segmenti del business

-Focus Vita: +65% premi Protection

-Focus Danni: ribilanciamento portafoglio con incremento della componente Danni non Auto al 60%; Premi protezione persona +20%.

Partner di Vita: Con Immagina Strade Nuove, si assicura lo spostamento della persona non più solo l'auto

Immagina Strade Nuove è la nuova soluzione assicurativa di Generali Italia che offre servizi e prestazioni dedicate alle persone in movimento con una copertura su 17 differenti mezzi di trasporto. Un'*auto social* da condividere con 5 familiari e amici, che prevede una serie di servizi tra cui:

- **Geofencing:** un'App che avvisa il cliente se il suo veicolo si allontana da un'area preimpostata (ad es. auto usata dai figli) o in caso di parcheggio in zone con limitazioni e restrizioni (ad es lavaggio strade / mercato).
- **Certificato Stile di Guida:** servizio esclusivo e brevettato. Rilascia un certificato che riporta lo stile di guida dell'ultimo anno. Utilizzabile ad esempio per dimostrare di essere un buon guidatore di Bla Bla Car.
- **Certificato d'uso del veicolo:** servizio esclusivo e brevettato. Rilascia certificato che riporta lo stato d'uso del veicolo prendendo a riferimento il periodo di validità della polizza. Utilizzabile ad es. in caso si voglia rivendere l'auto dimostrando che il veicolo ha percorso effettivamente un numero preciso di km e senza alcun incidente.

Generali Italia è l'assicuratore più conosciuto in Italia e leader del mercato assicurativo con oltre 23 miliardi di premi totali, 10 milioni di clienti, una rete capillare di oltre 40 mila distributori, oltre ai canali online e di bancassurance, 13 mila dipendenti, più di 16 miliardi di prestazioni erogate all'anno, 120 miliardi di asset under management. A Generali Italia fanno capo Alleanza Assicurazioni, Das, Genagricola, Genertel e Genertellife, Generali Welion e Generali Jeniot.