

Cattolica 2020

Una storia in evoluzione

INVESTOR DAY

Piano industriale 2018-20

Milano, 29 gennaio 2018



Agenda

10.00	Cattolica 2020: Una storia in evoluzione	Alberto Minali, <i>Amministratore Delegato</i>
10.30	Crescita profittevole	Carlo Ferraresi, <i>Direttore Generale Mercati e Canali Distributivi</i>
11.00	Innovazione & data management	Luigi Barcarolo, <i>Direttore Insurance Analytics and Business Architecture</i>
11.15	Eccellenza tecnica	Nazareno Cerni, <i>Vice Direttore Generale e Direttore Danni Non Auto</i>
11.35	Target finanziari	Enrico Mattioli, <i>Vice Direttore Generale e Chief Financial Officer</i>
12.00	Considerazioni finali e Q&A	Alberto Minali, <i>Amministratore Delegato</i>



Cattolica 2020

Una storia in evoluzione

Alberto Minali, *Amministratore Delegato*



Cattolica 2020:

Una storia in evoluzione

Trasformare Cattolica in una realtà più innovativa, più agile e pronta per le sfide future

Rafforzare e diversificare il business model, confermare posizionamento e vocazione di vicinanza a famiglie e imprese

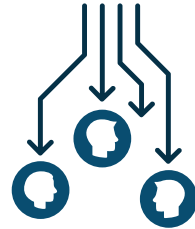
Incrementare il valore generato per tutti gli stakeholder

Mercato in profondo cambiamento



Clienti

Incremento consapevolezza, aspettative di servizio e semplicità



Distribuzione

Trasformazione agenzie, crescita delle banche nel Danni e diffusione *fintech*



Evoluzione normativa

Nuove normative
IDD, GDPR, IFRS 17



Disruption digitale

Ecosistemi di servizi, rilevanza strategica dei dati, innovazione e robotica



Auto

Commoditizzazione di prodotto, prolungarsi del ciclo negativo, contrazione strutturale mercato



Vita e investimenti

Contrazione margini finanziari con diffusione offerta ibrida



Imprese

Nuovi bisogni di coperture più sofisticate e maggiore attenzione ai rischi



Salute e previdenza

Crisi del welfare pubblico e invecchiamento popolazione

5 asset chiave di Cattolica da valorizzare nel Piano

1 Base clienti
ampia e fedele

- 3,6M di clienti con focus su famiglie e PMI
- +1pp retention RCA vs mercato

2 Capillarità
canali distributivi

- 1.500 agenzie diffuse su tutto il territorio
- Partnership con 2 delle top 5 banche¹

3 Redditività Auto

- -4,5pp loss ratio RCA rispetto al mercato²
- 4,9% frequenza Auto vs 6,2% mercato³

4 Posizionamento
su segmenti distintivi

- Referente per il mondo agroalimentare
- 8.500 enti del terzo settore assicurati

5 Solidità
patrimoniale

- -9pp indebitamento vs media principali player
- SII ratio > 180%

1. Per numero di sportelli a fine 2017 1881 UBI, 2250 Banco BPM di cui 1700 incluse a perimetro partnership;

2. Media ultimi 5 anni; 3. Dati 2016

5 opportunità di miglioramento

1 Innovazione

- Livello di digitalizzazione limitato
- Offerta tradizionale (es 5% penetrazione telematica¹)

2 Mix prodotto e canale

- 46% clienti monoprodotto Auto
- Prevalenza prodotti Vita tradizionali
- Canale broker da rafforzare

3 Redditività Non Auto

- CoR Danni non Auto 8pp superiore al mercato²

4 Redditività Vita

- Utile su riserve limitato

5 Produttività

- Bassa automazione dei processi
- Elevata complessità operativa

1. Incidenza polizze RCA connesse su portafoglio; 2. Elaborazione su dati ANIA 2016

Cosa abbiamo fatto in questi primi 8 mesi

- Avviato cambiamento organizzativo, cluturale di governance
 - 19 aree funzionali riorganizzate
 - Management team in larga parte rinnovato
 - Introdotto job market per favorire mobilità interna
 - Valorizzati numerosi talenti presenti in azienda
 - Delibera CdA per migliorare modello di governance
- Siglato accordo di esclusiva con Banco BPM:
 - 3° banca per sportelli in Italia
 - 9B€ riserve Vita acquisite
 - 140M€ premi Danni annui attesi
- Rinnovati offerta¹ e sistema informatico Vita
- Ridotta esposizione su titoli governativi Italia di oltre 5,5pp
- Emesso Tier2 Bond a condizioni vantaggiose

1. Introdotti prodotti non cliquet

I pilastri del piano



Crescita profittevole

Rafforzamento e sviluppo
raccolta diversificando
canali e linee di business,
anche con azioni
inorganiche



Innovazione & data management

Innovazione nell'offerta e
nei servizi
facendo leva su dati e
tecnologia



Eccellenza tecnica

Incremento profittabilità
attraverso sofisticazione
tariffaria, recupero
redditività su aziende,
innovazione nella
gestione dei sinistri e shift
vs prodotti Vita capital
light



Semplificazione e trasformazione culturale

Crescita inorganica e spinta su servizio al cliente



Crescita profittevole

- Rafforzamento bancassicurazione attraverso partnership in esclusiva con Banco BPM
- Crescita e differenziazione supporto al canale agenziale
- Sviluppo canale broker con gerenza
- Nuova esperienza cliente e distributori grazie a digitale e multicanalità



Target 2020

- +3B€ premi Vita e +140M€ premi Danni da Banco BPM
- +2-3% CAGR premi Agenzie
- +150k clienti under 35



Innovazione & data management

- Rafforzamento servizio al cliente attraverso prevenzione e protezione
- Creazione team di advanced analytics
- Nuova offerta connessa con ecosistema di partnership a partire dal 1 Maggio



- 50% penetrazione telematica su nuovo business Auto
- -2/5pp churn su clienti con polizza telematica
- Allineamento tasso identificazione frodi a livello di mercato (da 1 a 3%)

Recupero eccellenza tecnica e operativa



Eccellenza tecnica

- Recupero profittabilità su Aziende
- Sviluppo segmento retail con arricchimento offerta e rafforzamento supporto alla rete
- Nuovo veicolo per specialty lines con modello di business ed offerta specifici
- Shift vs prodotti Vita capital Light



Target 2020

- +6pp Mix non Auto su Danni
- +52M€ utile tecnico Non Auto¹
- 100+M€ premi da specialty lines
- +19pp raccolta Vita Ramo III
- Riduzione tassi minimi garantiti su riserve Ramo I da 0,9% a 0,5%



Semplificazione e trasformazione culturale

- Ottimizzazione processi operativi attraverso reingegnerizzazione e robotica
- Rafforzamento controllo/ disciplina su costi
- Trasformazione culturale con valorizzazione talenti e nuovo modello welfare



- 20% attività amministrative/ back office automatizzate
- -1,1pp incidenza dei costi sui premi²
- >10% workforce coinvolta in progetti di retraining

1. Escluso bancassurance; 2. Escluse spese liquidazione

Il Piano trasformerà profondamente la Compagnia

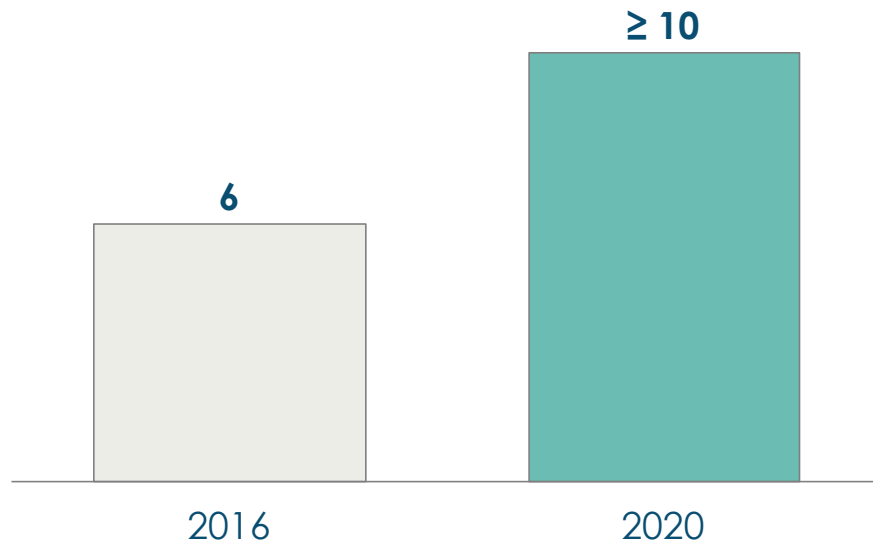
	Target 2020	Δ vs 2016	
Danni	Penetrazione telematica su nuove polizze	50%	+42pp
	% Non Auto su Danni	51%	+6pp
	Utile tecnico Danni Non Auto ¹	73M€	+52M€
Vita	Riserve Vita	25B€	+9B€
	% Ramo III su Vita	37%	+19pp
	Utile operativo su riserve Vita	72bps	+26bps
	Incidenza costi su premi totali ²	4,8%	-1,1pp

1. Esclude bancassurance; 2. Escluse spese liquidazione

Incrementeremo il valore generato

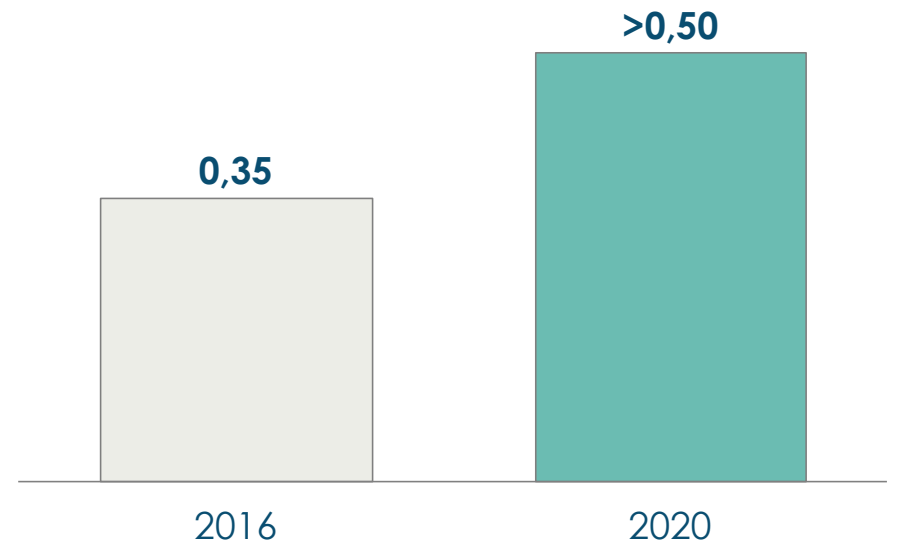
Incremento profittabilità

ROE Operativo (%)



Dividendi in crescita

Dividendi per azione (€)



Incremento di profitti e dividendo,
mantenendo elevata solidità con SII ratio tra 160 e 180% in corso di piano

Come assicureremo l'esecuzione del Piano

Piano pragmatico

Piano organizzato in 21 progetti, già avviati, individuati i responsabili e assegnati obiettivi

Obiettivi sotto il controllo del management basati su efficienza, eccellenza tecnica e crescita inorganica

Nuovo processo approvazione degli investimenti sulla base del business case

Governance rigorosa

Istituita cabina di regia nell'area CFO per program management del Piano

Comitati guida settimanali con AD e responsabili dei progetti

Dashboard con KPI per progetto monitorato settimanalmente

Coinvolgimento risorse

Modello di incentivazione esteso e allineato agli obiettivi di piano

Team multidisciplinari a presidio dei progetti con coinvolgimento dei migliori talenti

Potenziamento della capacità esecutiva con formazione e recruiting selettivo



Trasparenza su strategia ed execution del Piano con aggiornamento annuale ai mercati

Le persone sono l'elemento chiave della trasformazione

Valorizzeremo il dinamismo delle risorse in azienda

Agosto 2017:
introduzione del Job Market



risorse hanno già aderito a programmi di mobilità interna in 6 mesi

Punteremo sui talenti presenti in azienda

- ✓ Analisi competenze manageriali
Oltre 5000 ore di test e interviste
- ✓ Assessment digital mindset e digital skill
100% del personale, oltre 1600 dipendenti
- ✓ Misurazione performance
Nuovo sistema di performance management
- ✓ Valutazione manageriale approfondita
360 colloqui a risorse con potenziale

50 talenti
coinvolti per realizzazione Piano

~ 30€M
investimenti previsti in 3 anni per incentivazione e valorizzazione talenti

+50%
obiettivo incremento soddisfazione dipendenti Best Place to Work

Abbiamo modificato profondamente l'organizzazione

Management committee

- Management team per due terzi rinnovato
- Meeting con frequenza settimanale

Finanza e amministrazione

- Riallocate amministrazione e controllo costi con nuovi referenti
- Area Investimenti a riporto diretto dell'Amministratore Delegato

Danni non Auto

- Aggregate responsabilità sviluppo prodotti, assunzione Retail e Aziende
- Funzione attuariale distribuita e integrata con le funzioni assuntive

Distribuzione

- Direzione Generale ri-focalizzata su mercati e canali di vendita

Innovazione

- Introdotta nuova unità, con responsabilità su gestione dati

Staff

- HR e organizzazione a diretto riporto dell'Amministratore Delegato
- Razionalizzati primi riporti con nuovo Dir. Legale e Dir. Comunicazione



Maggiore responsabilizzazione delle Direzioni sui risultati

Vogliamo semplificare ed evolvere il modello di governance cooperativo

One tier system (modello monistico)



Razionalizzazione e semplificazione
della governance con unico organo
di amministrazione e controllo

Riduzione numero consiglieri

Eliminazione comitato esecutivo

Apertura agli investitori istituzionali



Possibilità per gli investitori istituzionali
(es. OICR) di diventare soci

Coinvolgimento degli investitori di
capitale nella governance

✓

Avvio nuovo assetto da 2018,
soggetto ad approvazione dell'Assemblea

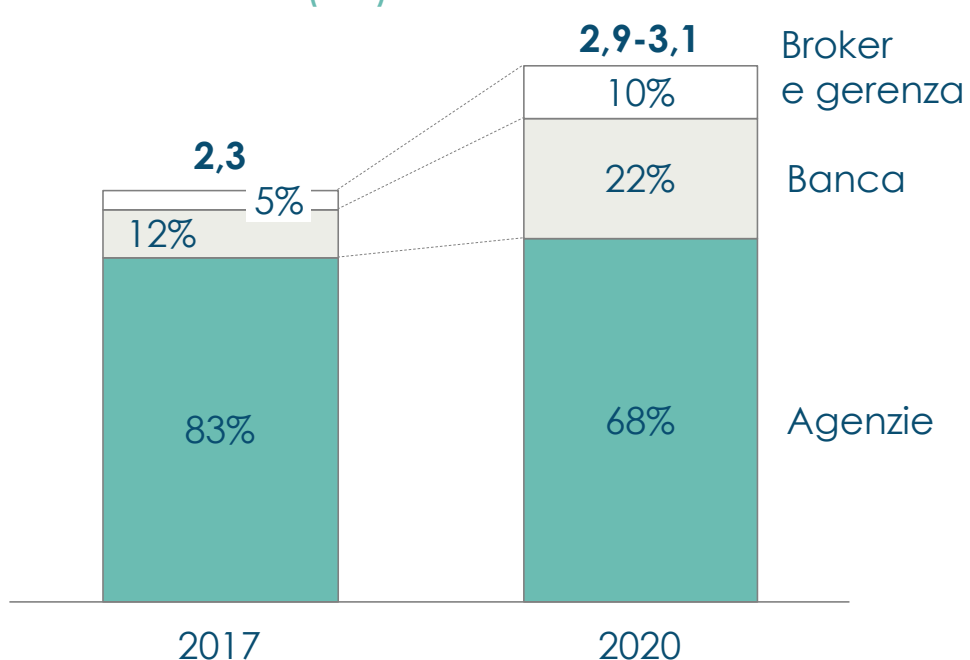
Crescita profittevole

Carlo Ferraresi, *Direttore Generale Mercati e Canali Distributivi*

Rafforzeremo e innoveremo il modello distributivo

Crescita premi, con mix più bilanciato Principali elementi di cambiamento al 2020

Premi APE (B€)



Sviluppo specialty lines Rilancio offerta broker	100+M€ Sviluppo gerenza di Milano
Rafforzamento bancassurance con accordo Banco BPM	+9B€ Riserve Vita +140M€ premi Danni
Crescita e differenziazione a supporto del canale agenziale	~3% CAGR



Maggiore differenziazione del modello distributivo,
con crescita del canale agenziale

Rete concentrata nel Centro Nord, con presenza capillare sul territorio

Dati 2017

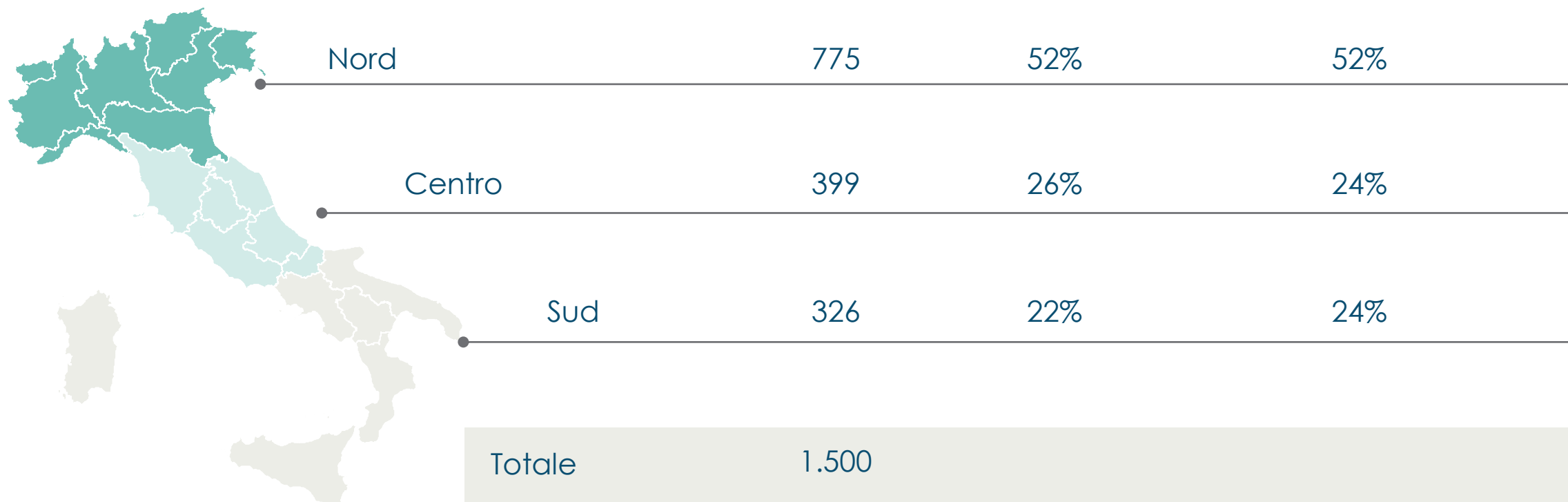


Mercato

Agenzie

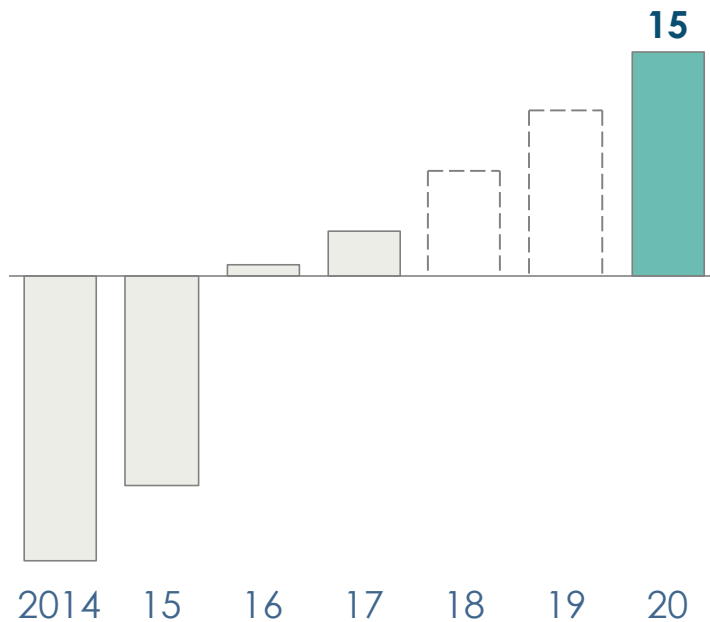
Incidenza

Incidenza



Investiremo sul servizio e modernizzeremo le agenzie

Crescita soddisfazione della rete
Net promoter score agenti



Rafforzando e diversificando il modello di supporto

✓ Intensificazione formazione

30k giornate di formazione

✓ Evoluzione balanced score card di Agenzia

~600 incontri annuali sul territorio

✓ Supporto a sviluppo Vita Ramo III e Non Auto Retail

Mix Vita +14pp UL¹

✓ Valorizzazione peculiarità agenti

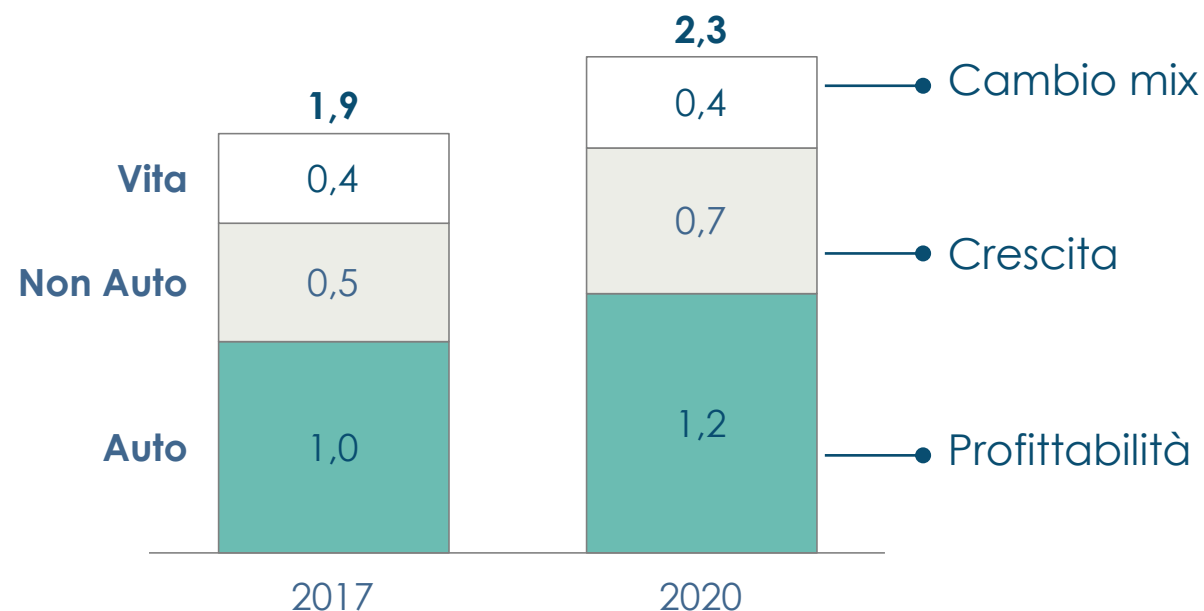
~100 agenzie specializzate e 250+ ad alto potenziale

1. Canale Agenziale

Le Agenzie saranno più grandi e più sostenibili

Evoluzione raccolta premi medi di Agenzia

Premi¹ (M€)



Fattori di crescita

- Ribilanciamento mix con +14pp Ramo III (da 6% a 20%)
- Rilancio offerta Agricoltura e Agroalimentare
- Estensione offerta enti religiosi e terzo settore
- Sviluppo affinities e catastrofali
- Crescita penetrazione telematica ed assistenza

Rafforzamento rete attraverso diversificazione supporto e ottimizzazione footprint territoriale

1. Agenzie Cattolica Assicurazioni

Vogliamo valorizzare i segmenti distintivi sulle Reti

Agricolo e Agroalimentare



Bacino
potenziale

4M
aziende e persone in Italia

- Marchio commerciale Fata
- Accordo Coldiretti
- Presidio sui consorzi agrari
- Strumenti innovativi per gli agricoltori
- Gamma offerta unica
- Osservatorio Agroalimentare

Asset
distintivi
Cattolica

Enti Religiosi e Terzo Settore



>10M
incluso retail associato

- Posizionamento distintivo
- Vicinanza storica e profonda conoscenza del mondo del Volontariato
- Polizza Unica del Volontariato
- Database proprietari
- Osservatorio Enti Religiosi e No Profit e comitato scientifico del Terzo Settore



Possibilità di far leva su competenze e network della Rete per questi segmenti

La partnership con Banco BPM ha un forte razionale strategico



Salto dimensionale

- Oltre 9B€ riserve Vita e +140M€ premi danni attesi al 2020



Capillarità rete

- Accesso a ~1.700 sportelli concentrati nelle zone più ricche del paese



Product mix

- Portafoglio coerente con la strategia di ribilanciamento verso Vita Ramo III e Non Auto



Sinergie

- Forti sinergie operative, con incremento profittabilità del Gruppo sul Vita



Business mix

- Diversificazione canale di raccolta

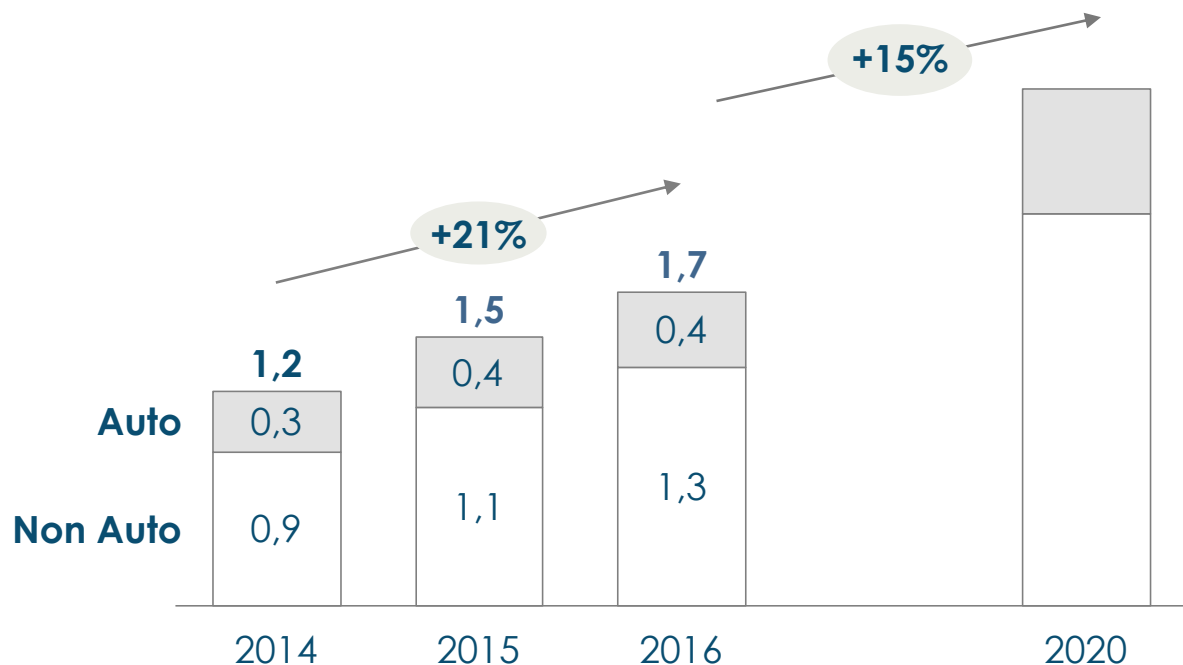


100+ M€
risultato operativo
atteso al 2020

Rami Danni: nuovo posizionamento in un canale a forte crescita

Mercato Bancassurance Danni in forte crescita
Premi canale¹ (€B)

JV ben posizionata sul mercato



BANCO BPM

- Rete con elevata esperienza e forti capacità di vendita in particolare su non-Auto
- Presenza capillare sul territorio



CATTOLICA
SOCIETÀ CATTOLICA DI ASSICURAZIONE
DAL 1886

- Esperienza consolidata nel bancassurance
- Solido track record di profittabilità Auto
- Profondità storica e ampiezza basi dati
- Piattaforma multicanale premiata



Premi 2020	120M€ non Auto	20M€ Auto
Premi a regime ²	218M€ non Auto	56M€ Auto

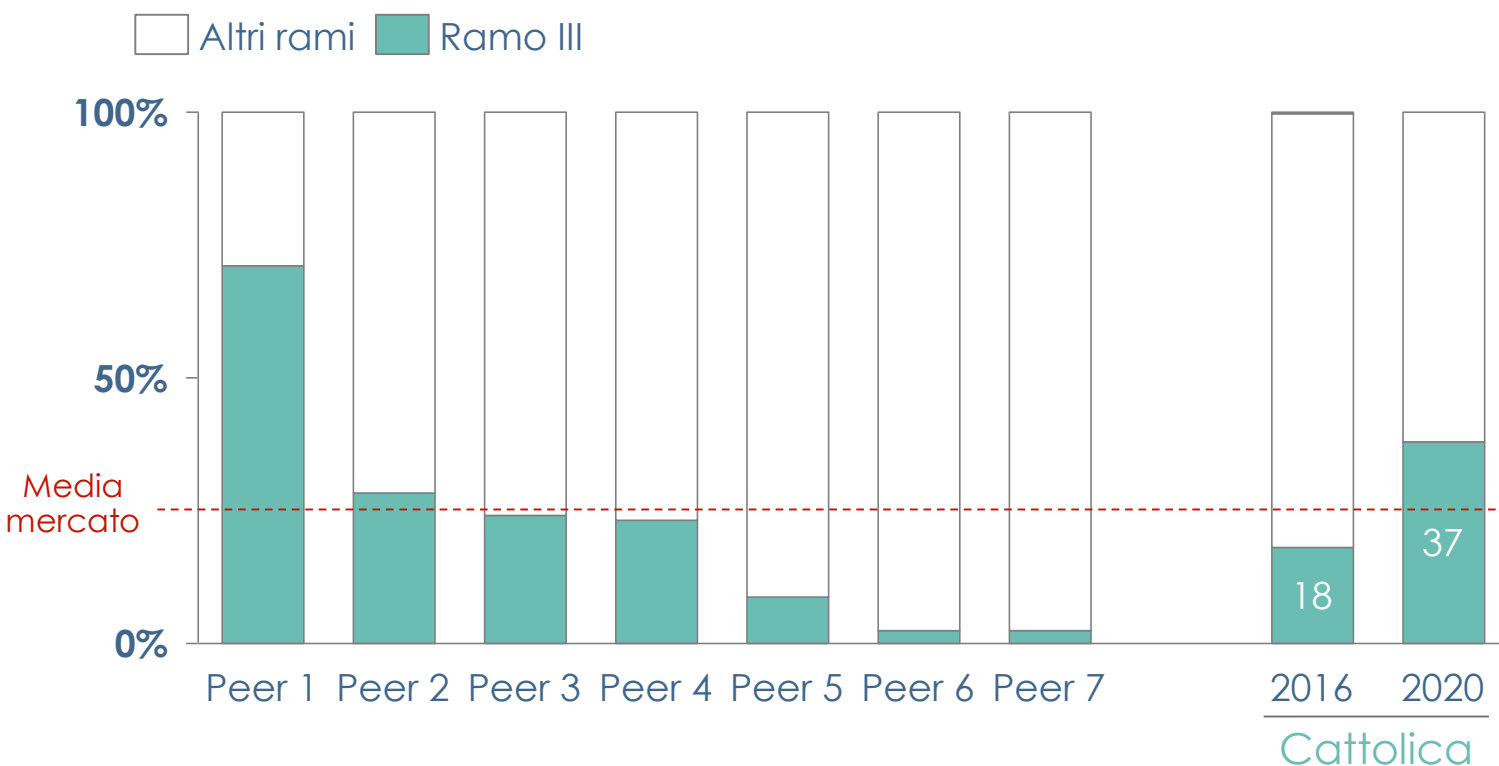
1. Elaborazioni su dati Ania e primario istituto di ricerca previsionale
2. Premi attesi al 2028

Ribilanciamento Vita verso Ramo III e prodotti capital-light

Cattolica avrà un mix più bilanciato su Ramo III

Premi Vita¹ 2016 (%)

Con prodotti capital light



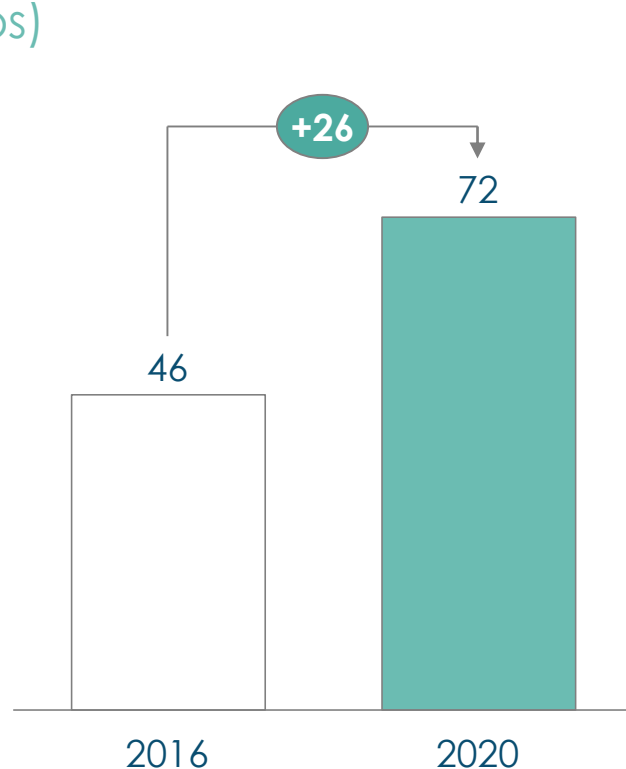
- ~50% premi da partnership con Banco BPM su Ramo III
- Raccolta Ramo I focalizzata su prodotti a basso assorbimento
 - Minimo garantito nullo
 - Non cliquet
 - A scadenza

1. Non include reti di promotori finanziari e compagnie con sede estera; Fonte: dati ANIA

L'accordo abilita un recupero di profittabilità sul Vita

Incremento margine su Vita

Utile operativo su riserve Gruppo
(bps)



Miglioramento
Mix

- Crescita su prodotti a maggiore profittabilità (es. TCM)

Efficienze
veicolo

- Ottimizzazione del servicing facendo leva su:
 - piattaforma IT consolidata
 - macchina operativa di Gruppo

Sinergie
con Cattolica

- Sinergia operativa su risorse di staff
- Maggiore scala per investimenti di Gruppo

Nuova esperienza per i distributori e per i clienti, facendo leva su digitale e multicanalità

Distributori



- Generazione di lead da canali digitali
- Supporto "evoluto" sui processi chiave (rinnovi e cross-selling)
- E-commerce di agenzia/ banca
- Digitalizzazione processi di agenzia



+600k lead da canali digitali
-30% riduzione tempi amministrativi

Clienti



- Nuovo approccio di servizio al cliente
- Nuova value proposition dedicata a clientela under 35
- Esperienza cliente digitale (app, web)
- Gamma di offerta digitale e connessa



+150k clienti under-35, con
allineamento a quota di mercato

Svilupperemo un modello distributivo multicanale

Attese dei clienti in forte evoluzione



Preferisce modelli di interazione ibridi online-offline¹

Cattolica ha una strategia multicanale integrata con le reti

- Multi-accesso con app, web, social media, e customer care
- Possibilità di acquisto via web con assegnazione ad Agenzia di riferimento
- Esperienza consistente tra canali, trasferimento lead ad Agenti
- Nuovi servizi "self service" in pre e post vendita (es. preventivo rapido, rinnovo)
- Sviluppo di un'offerta a consumo pensata per canali digitali

Con nuovi strumenti digitali



Sito web
Da oggi



App
Fine 2018



E-commerce
Agenzia / Banca

1. Fonte: Ricerca maggio 2016 su preferenza di canale per raccogliere informazioni e offerte

Crescita profittevole – sintesi messaggi chiave

Rafforzamento e differenziazione supporto alle Agenzie

per rendere più forti e sostenibili le agenzie, incrementando la profittabilità di Compagnia

Potenziamento bancassicurazione attraverso partnership con Banco BPM

con piano di crescita e ribilanciamento portafoglio su Non Auto e Ramo III,
forti sinergie con il Gruppo

Innovazione digitale e multicanale

con nuova esperienza per distributori e clienti



Innovazione & data management

Luigi Barcarolo, *Direttore Insurance Analytics and Business Architecture*

Innovaremo la nostra offerta facendo leva su dati e connettività

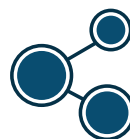


Data driven

Salto competitivo nell'uso dei dati lungo tutta la catena del valore

~30M € utile tecnico 2020

Personalizzazione di prodotti e servizi



Connected products

Incremento del valore per Cliente e Compagnia con un'offerta all'avanguardia ed ecosistema di partnership

5-10 pp riduzione S/P¹

50% penetrazione connected motor su new business

1. Su portafoglio con telematica rispetto portafoglio tradizionale

Costruiremo una Data Driven Company

Nuova piattaforma tecnologica con integrazione di tutti i dati dei clienti

Team analitico dedicato e integrato con pricing Auto

Uso estensivo di algoritmi predittivi e intelligenza artificiale

Arricchimento informazioni con banche dati esterne



Dati e algoritmi sono un fattore di sopravvivenza e differenziazione

Con chiare aree d'impatto



Lotta Antifrode



Sofisticazione pricing



Automazione e smaterializzazione processi



Customer Value Management



~30M€ di utile tecnico al 2020

Miglioreremo il processo e la customer experience in ambito sinistri

Miglioramento efficacia dei processi antifrode

- Potenziamento delle attività analitiche antifrode Auto
- Estensione delle attività analitiche ai danni non Auto



+15M€
Utile tecnico
al 2020

De-materializzazione e automazione della perizia

- Utilizzo di Analytics e tecnologie di Intelligenza Artificiale per la valutazione del danno
- Miglioramento velocità di liquidazione e customer experience
- Riduzione dei costi di liquidazione

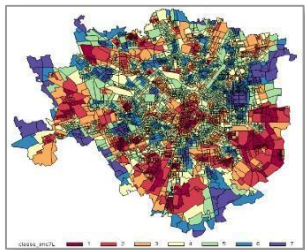


+4M€
Utile tecnico
al 2020

Rafforzeremo l'eccellenza tecnica nell'Auto

Integrazione di nuove fonti dati

- Merito creditizio
- Sistemi avanzati di assistenza alla guida
- Altre variabili esterne



Mappa merito creditizio su area di Milano

Sofisticazione tariffaria

- Miglioramenti modalità di valutazione del rischio tecnico
- Utilizzo analytics per personalizzazione dell'offerta sul profilo del cliente
- Evoluzione degli algoritmi di gestione del portafoglio (price optimization)

+10 M€
Utile tecnico al 2020

Nei connected products svilupperemo in via prioritaria la telematica Auto

Le principali leve della telematica auto per Cattolica

Tecnologia smart
e modulare



Device autoinstallante e
smartphone based

Profilazione
comportamentale



Auto selezione e
sistemi premianti
su segmenti redditizi

Servizi
in tempo reale



Sistema evoluto di
feedback sullo stile
di guida

Ecosistemi ed
engagement del
cliente



Servizi preventivi
Ecosistema di partnership

Gestione
avanzata del
sinistro



Assistenza automatica
Perizia de-materializzata
Carrozzerie convenzionate



Offerta sviluppata in partnership con primario partner attivo sulla telematica

La telematica Auto porterà importanti benefici

Attrarremo nuovi segmenti di clientela...



Aree metropolitane



Attestati di rischio
incompleti



Vetture medie e
medie superiori



Giovani
(18-35 anni)



Clienti digitali



...per migliorare premi, redditività e fidelizzazione

Penetrazione su
nuovo business

50%

Fidelizzazione

+2-5 pp
retention Auto¹

Redditività

5-10 pp
riduzione S/P RCA¹



~10M€ di utile tecnico al 2020

1. Rispetto portafoglio tradizionale

Innovazione & data management – sintesi messaggi chiave

Innovazione nel servizio al cliente

ampliando ruolo di Cattolica nella prevenzione e nella protezione

Data driven company

migliorando processi chiave delle catena del valore come tariffazione e antifrode

Lancio offerta connessa

facendo leva su nuova tecnologia ed ecosistema di partnership

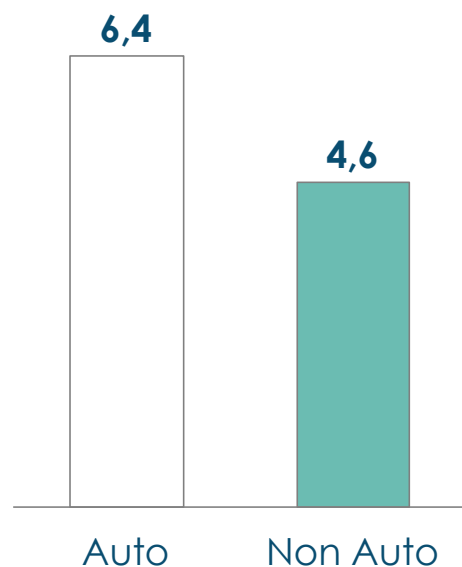
Eccellenza tecnica

Nazareno Cerni, *Vice Direttore Generale e Direttore Danni Non Auto*

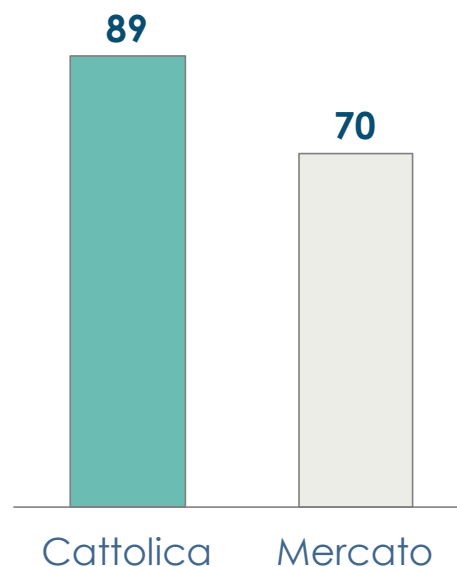
Possibilità di crescita profittevole nei Danni Non Auto

Opportunità di miglioramento

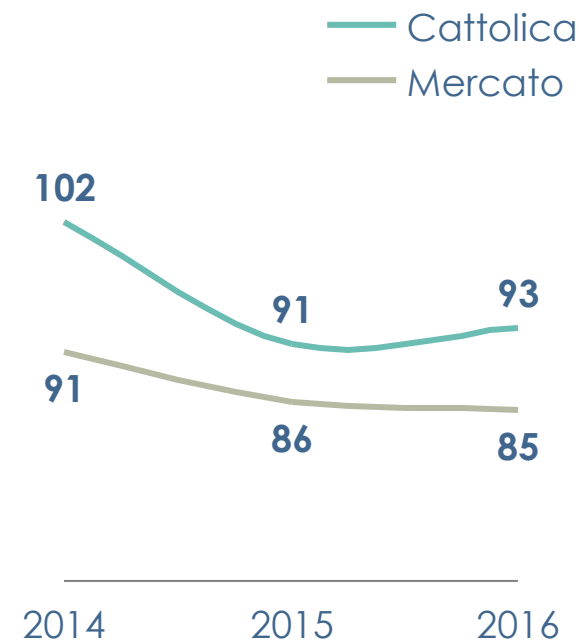
Crescita su Danni non Auto
Quota di mercato 2016 (%)



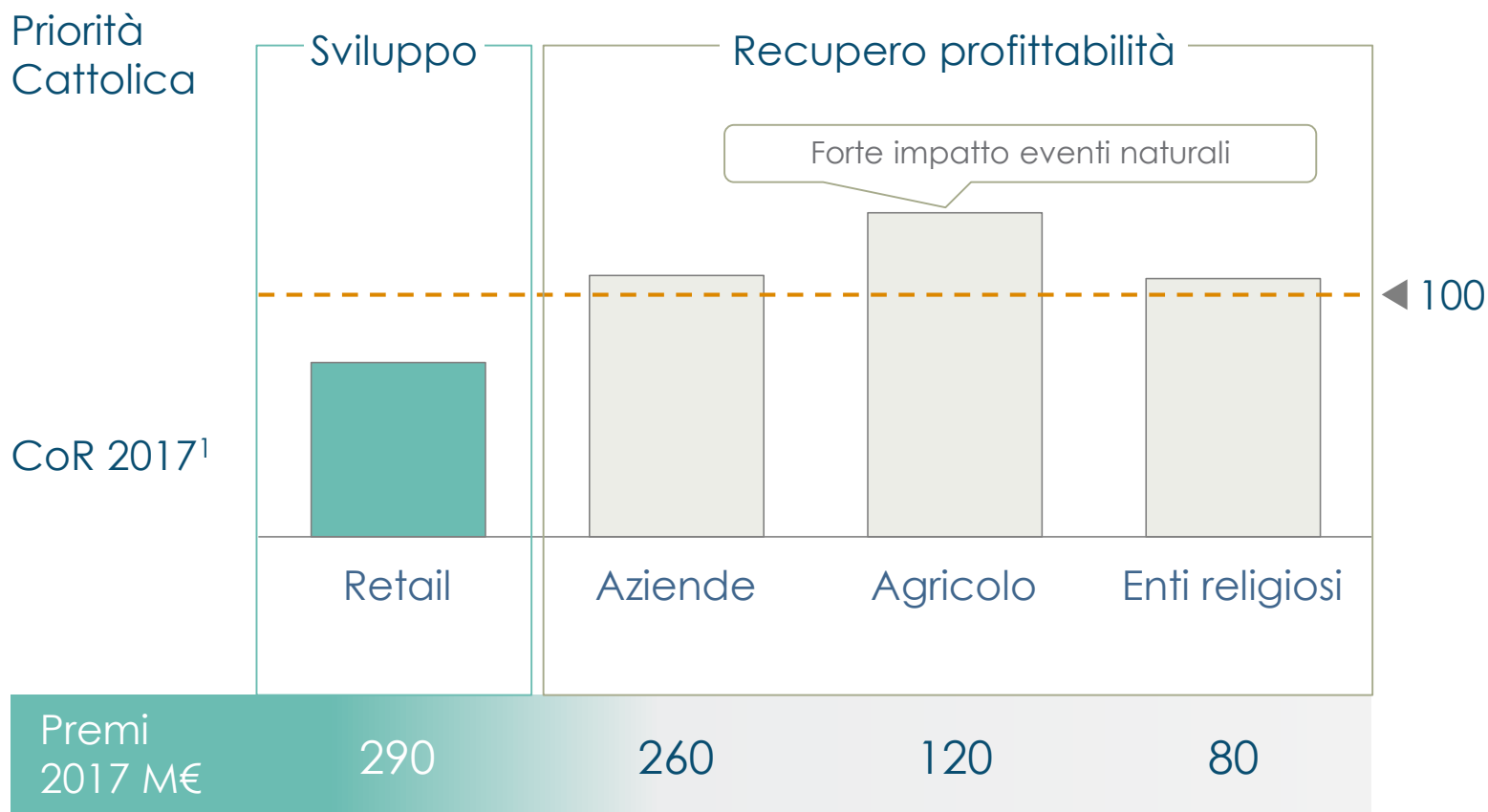
Diversificazione di canale
Premi Danni Non Auto da canale agenziale 2016 (%)



Incremento profittabilità
CoR Danni Non Auto (%)



Priorità diverse per segmento



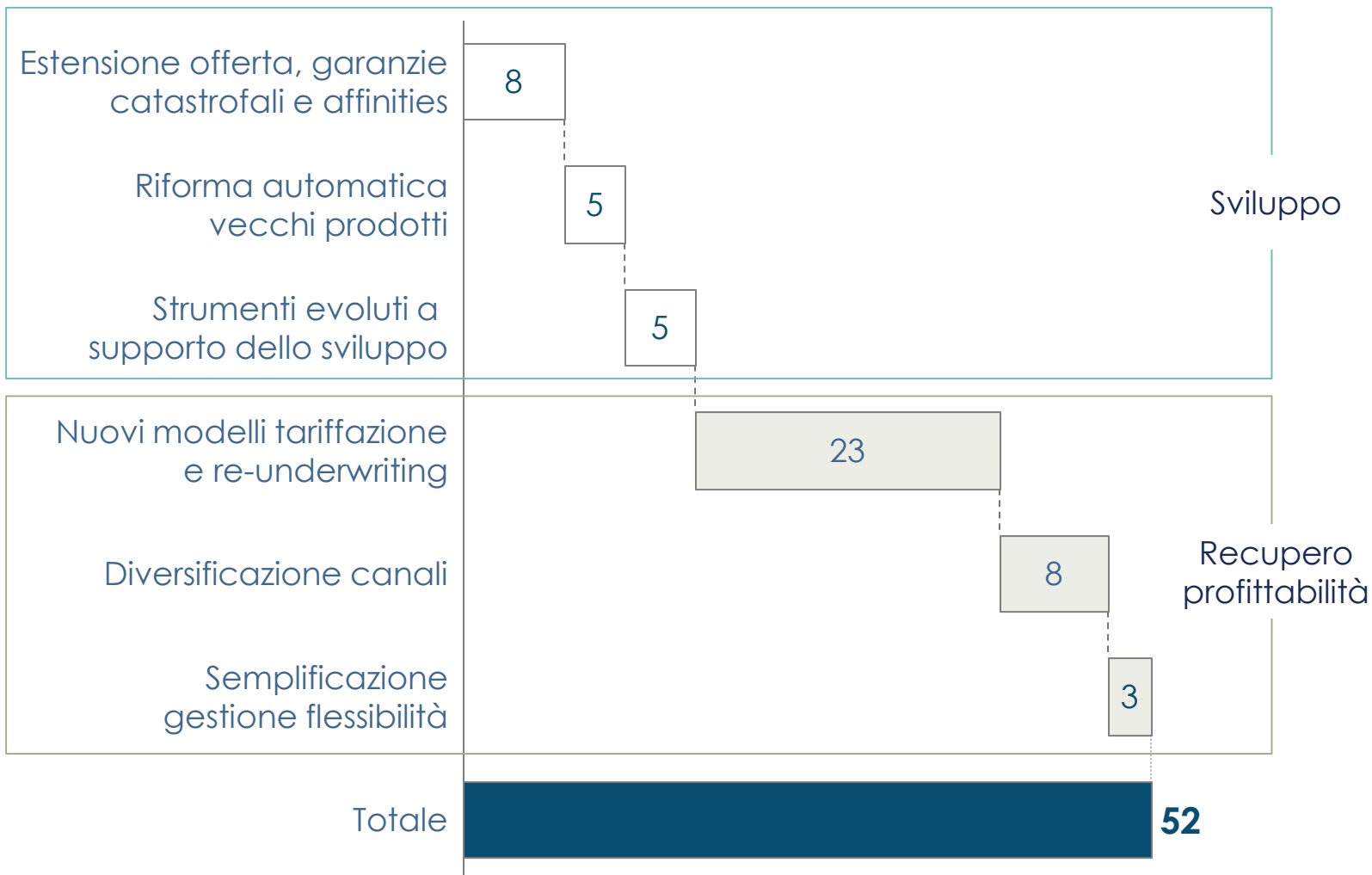
Sviluppo Retail
 attraverso arricchimento
 offerta e semplificazione
 processi

Recupero
 profittabilità
 attraverso re-underwriting e
 sviluppo nuovi canali

1. CoR calcolato al lordo della riassicurazione, dati stimati al terzo trimestre 2017

Utile tecnico Danni Non Auto addizionale al 2020

dati in M€



+52M€

Utile tecnico 2020
Non Auto, esclusa
bancassicurazione

Sviluppo Retail: principali azioni previste

Riforma vecchi contratti



Estensione offerta, sviluppo affinities



Introdurremo nuovi tool per supportare le Agenzie sul segmento Aziende



Profilazione imprese

- Dati e informazioni sull'impresa
- Indice risk appetite
- Tool di supporto alla vendita



Risk assessment

- Valutazione del rischio assistito da remoto
- Suggerimenti per loss prevention
- Preventivatore intelligente per customizzazione prodotto senza ulteriori domande



Emissione digitale

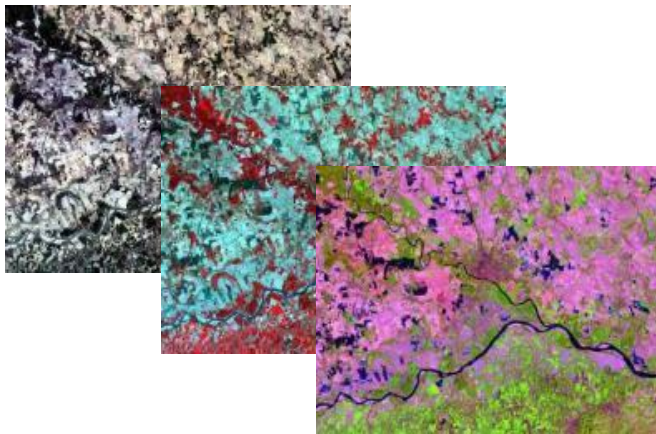
- Processo totalmente digitale
- Immissione semplificata dei dati
- Proposte in base ad acquisti di clienti simili



Empowerment della rete e migliore qualità assuntiva

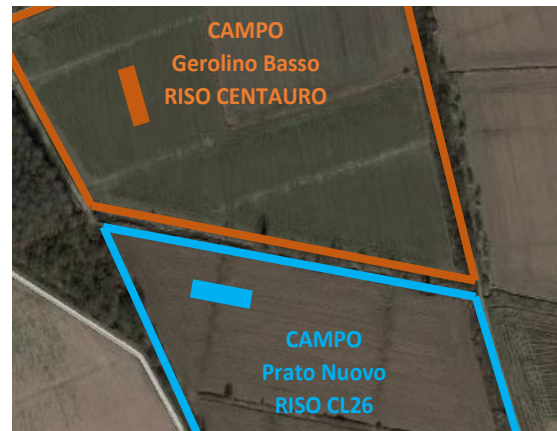
Abbiamo sviluppato soluzioni innovative per l'agricoltura

Satellite



- Identificazione colture
- Monitoraggio vigore vegetativo
- Suggerimento tempi di raccolta

Droni



- Analisi variabilità tra campi
- Suggerimento colture preferibili
- Valutazione impatto eventi atmosferici su qualità raccolto

Smartphone



- Misurazione indice di fogliazione e livelli di azoto attraverso foto
- Uso realtà aumentata per guidare concimazione selettiva

Differenzieremo il mix entrando nelle specialty lines

Nuovi rischi



Mobilità e viaggi



Arte, Sport eventi & tempo libero



Rischi operativi industriali

Rischi internazionali



Commercio internazionale



Rischi catastrofali internazionali



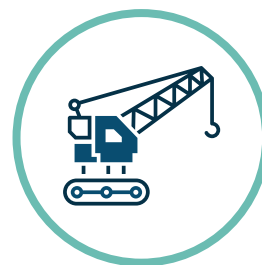
Trasporti



Marine



Rischi finanziari



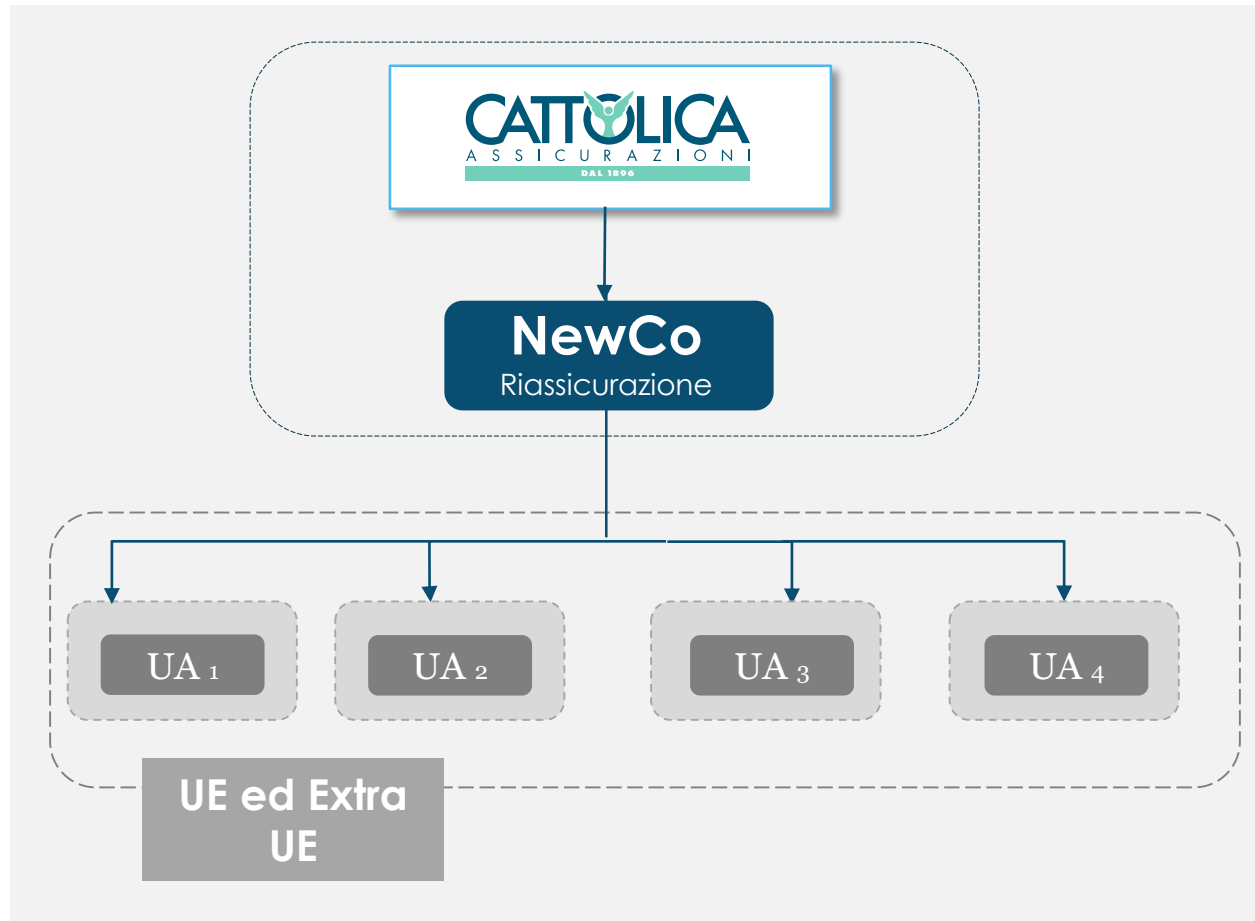
Car/Ear Bond



Indennità professionale

Rischi poco sviluppati

Nuova struttura societaria dedicata alla specialty lines



Cattolica Assicurazioni

Controllo completo
sulla NewCo

NewCo

Veicolo in fase di acquisizione,
Riassicurazione che controllerà Underwriting
agencies (UA) da acquisire o federare

UA

Agenzie con competenze specialistiche
presenti su diversi mercati, a supporto di
ambizioso piano di sviluppo in ambito
nazionale e internazionale

Sviluppo specialty lines con un nuovo business model

Costituzione di un veicolo dedicato...

- Presidio del business senza defocalizzare Cattolica
- Alta specializzazione del veicolo con forte focus su pianificazione e controllo
- Modello snello e sinergie con gruppo Cattolica
- Modello di business volto ad attrarre nuovi capitali terzi

...Con underwriting agencies (UA)

- Agenzie non convenzionali con competenze specialistiche da acquisire e federare
- Remunerazione su valore generato per attrarre i migliori professionisti
- Focalizzate su specifiche geografie e/o linee di business
- Strumenti evoluti di analisi e assunzione su rischi mirati



Esperienze internazionali evidenziano forti opportunità di generazione valore

>15x
P/E da benchmark internazionale¹

1. Include: James River Group, Kinsale Capital Group, OneBeacon Insurance Group, State National, The Navigators Group

Eccellenza tecnica – sintesi messaggi chiave

Sviluppo segmento Retail

attraverso l'estensione dell'offerta (es. garanzie catastrofali)
e nuovi strumenti per l'empowerment delle agenzie

Recupero profittabilità su Aziende

con nuovi strumenti di tariffazione e revisione del modello di flessibilità

Lancio Specialty lines

con business model dedicato per crescere su settori oggi poco sviluppati

Target finanziari

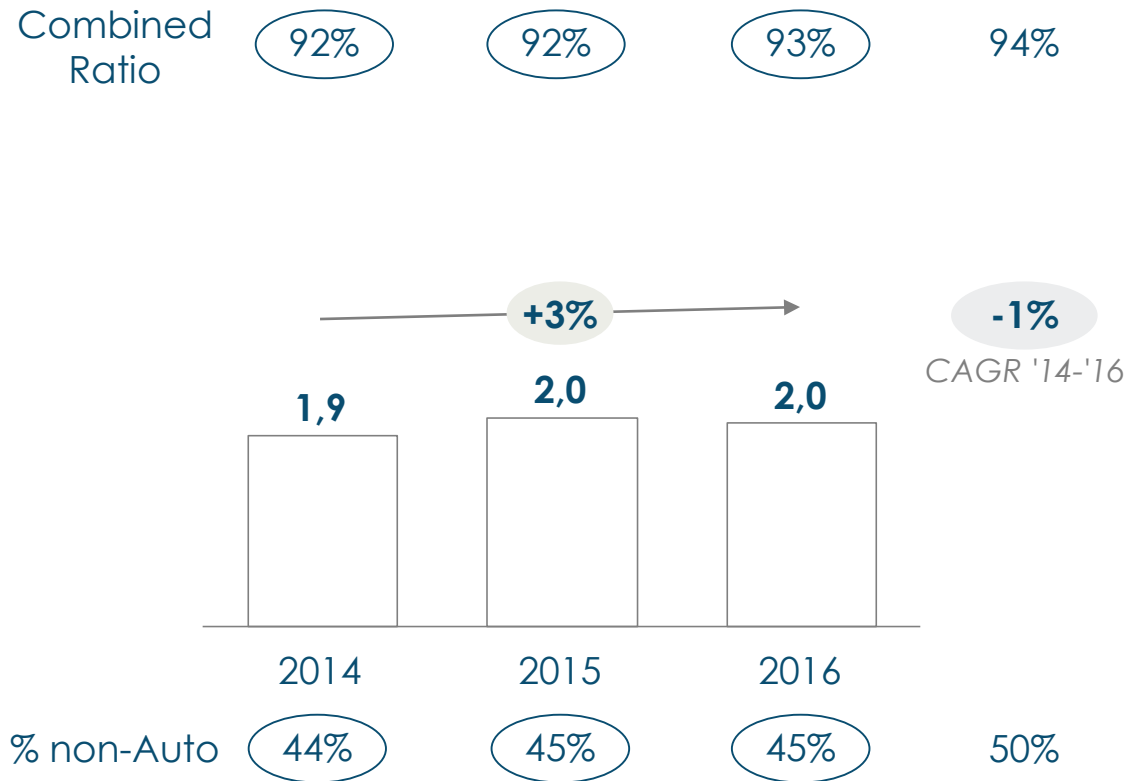
Enrico Mattioli, *Vice Direttore Generale e Chief Financial Officer*

Il punto di partenza del Gruppo Cattolica

Danni, buona crescita e profittabilità con mix sbilanciato su Auto

Evoluzione Premi (€B) e profittabilità

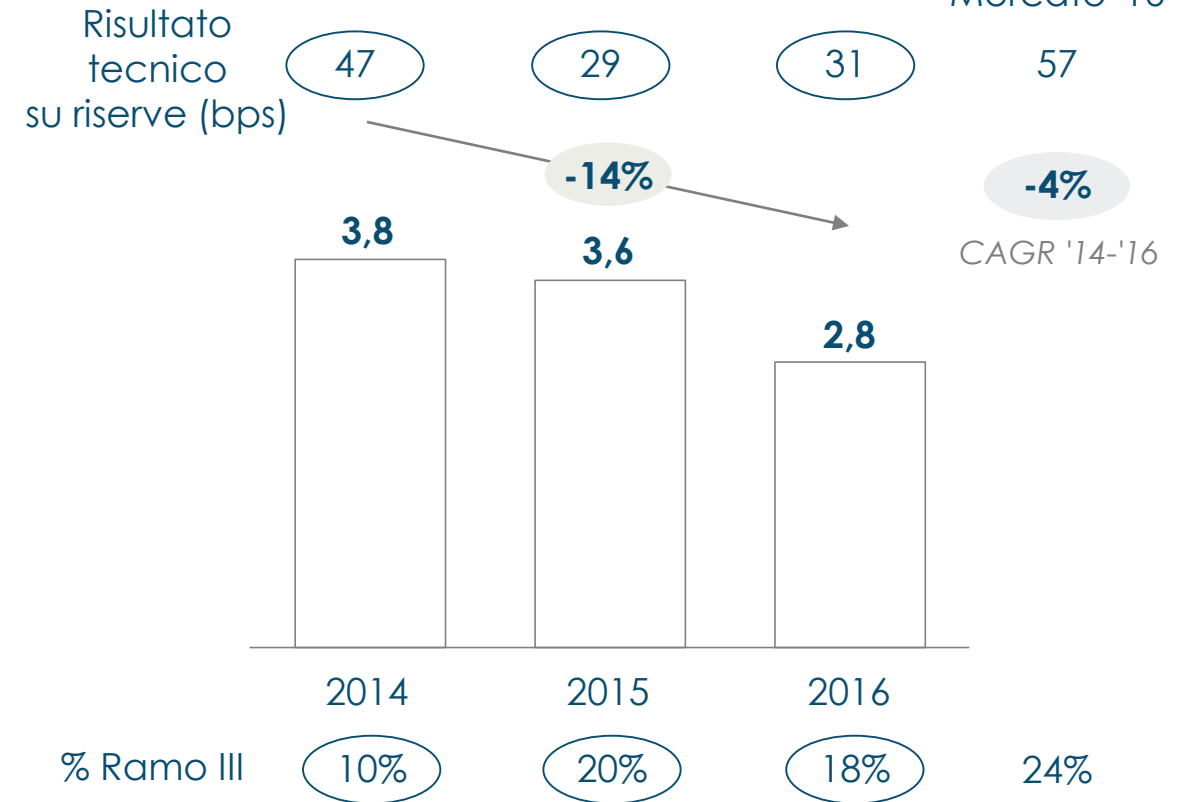
Mercato '16



Vita, decrescita in parte dovuta a partnership con Popolare di Vicenza

Evoluzione Premi (€B) e profittabilità

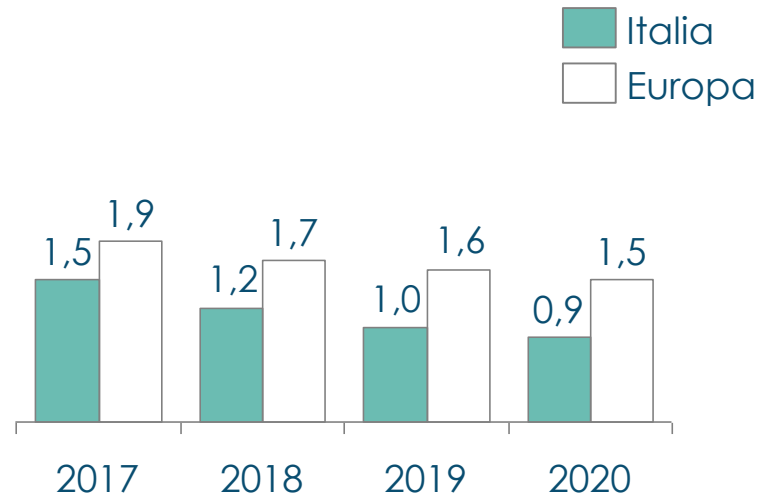
Mercato '16



Scenario macro-economic atteso

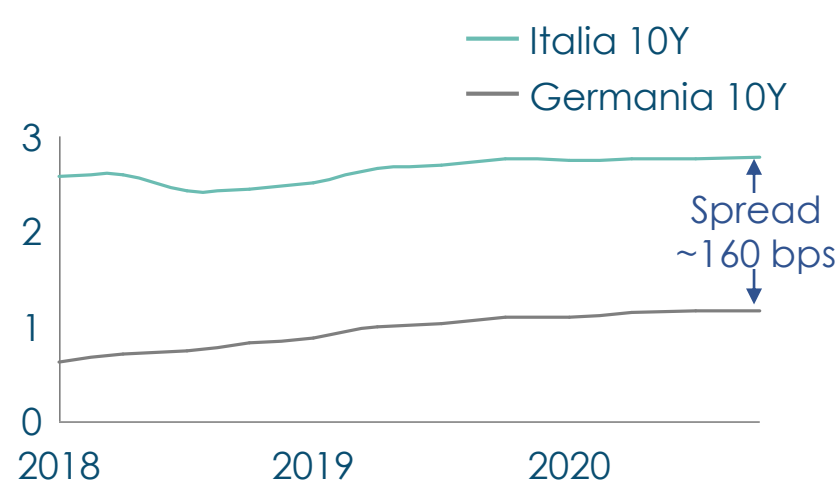
PIL in lenta ripresa

Crescita PIL anno su anno (%)



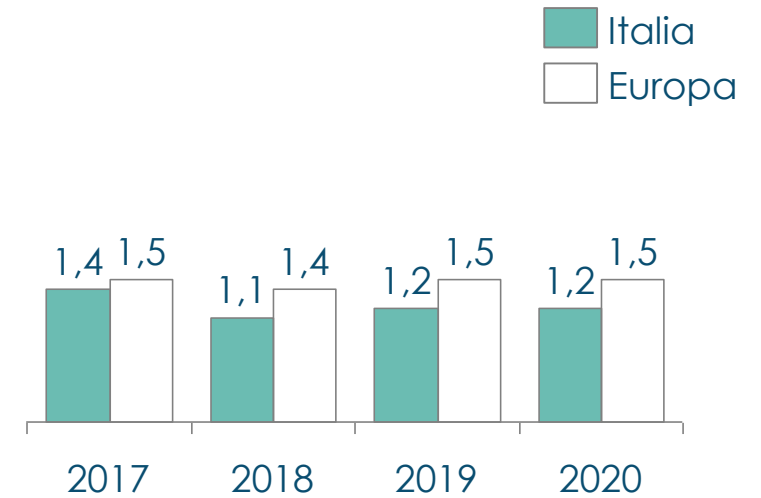
Tassi previsti in leggero rialzo

Confronto BTP Bund, (%)



Inflazione permance ridotta

(%)



- Crescita europea spinta da domanda interna
- Stime prudenziali al 2020 per fattori incertezza a medio termine (es. implementazione riforme fiscali)

- Tassi in lieve aumento in previsione di rialzi da parte della BCE
- Possibili ulteriori incrementi per conflitti globali e instabilità politica
- Spread atteso stabile

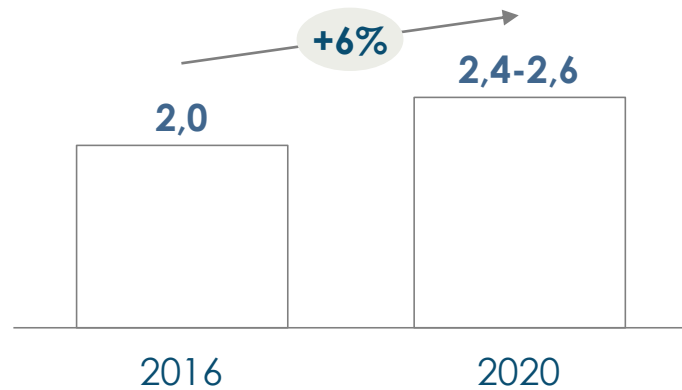
- Inflazione europea ancora limitata, in particolare in Italia per ridotti consumi

Fonte: Elaborazione su dati BCE, WB, FMI e OCSE

Cresceremo prevalentemente attraverso azioni inorganiche

Premi Danni in crescita anche grazie a partnership con Banco BPM e Specialty

Premi (€B)



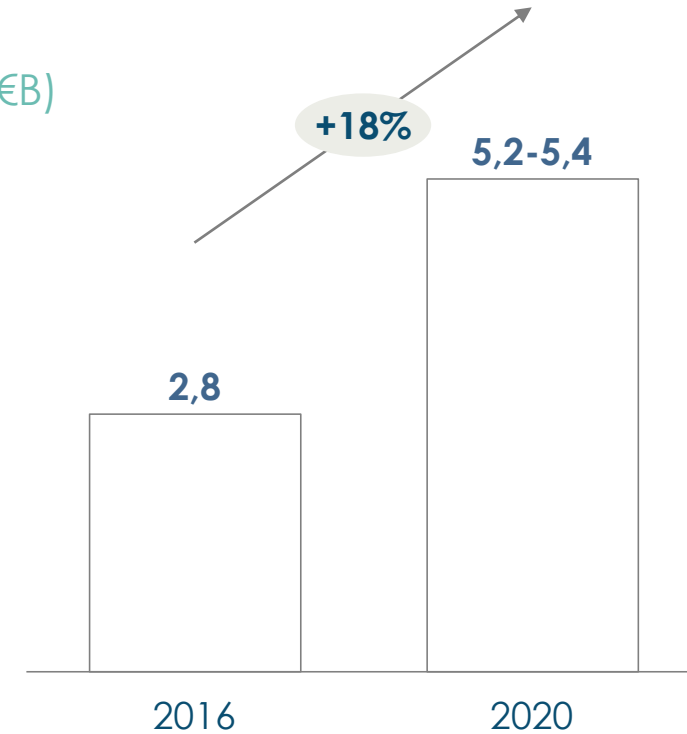
% non-Auto

45%

51%

Crescita Vita legata ad accordo con Banco BPM

Premi (€B)



% Ramo III

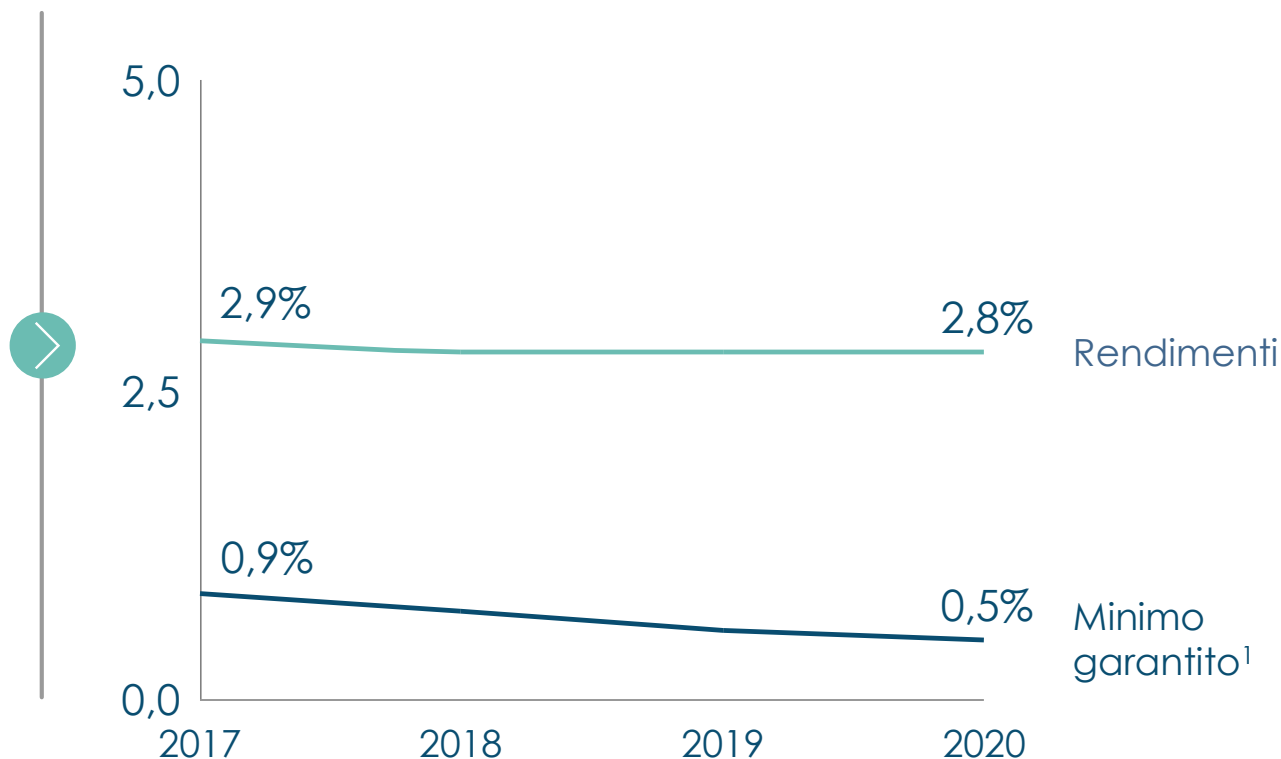
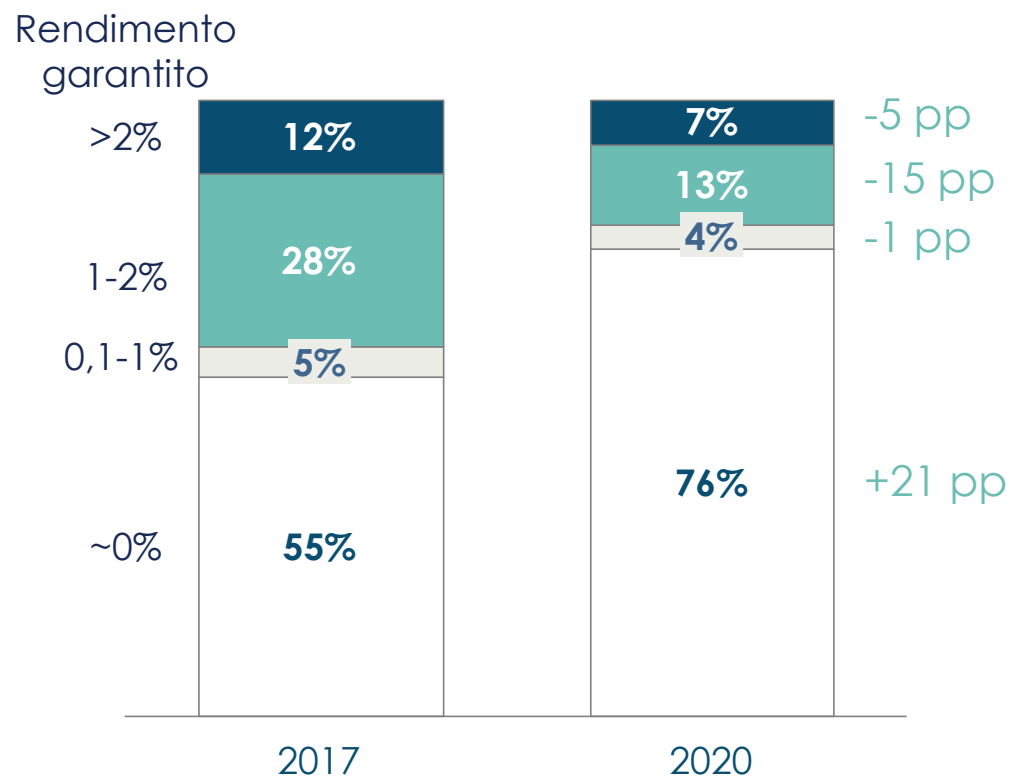
18%

37%

Ridurremo l'impatto su capitale accelerando il cambio mix di prodotto

Maggior incidenza di prodotti capital light
Riserve Ramo I

Rendimenti superiori al minimo garantito
Rendimenti e Minimo garantito (%)

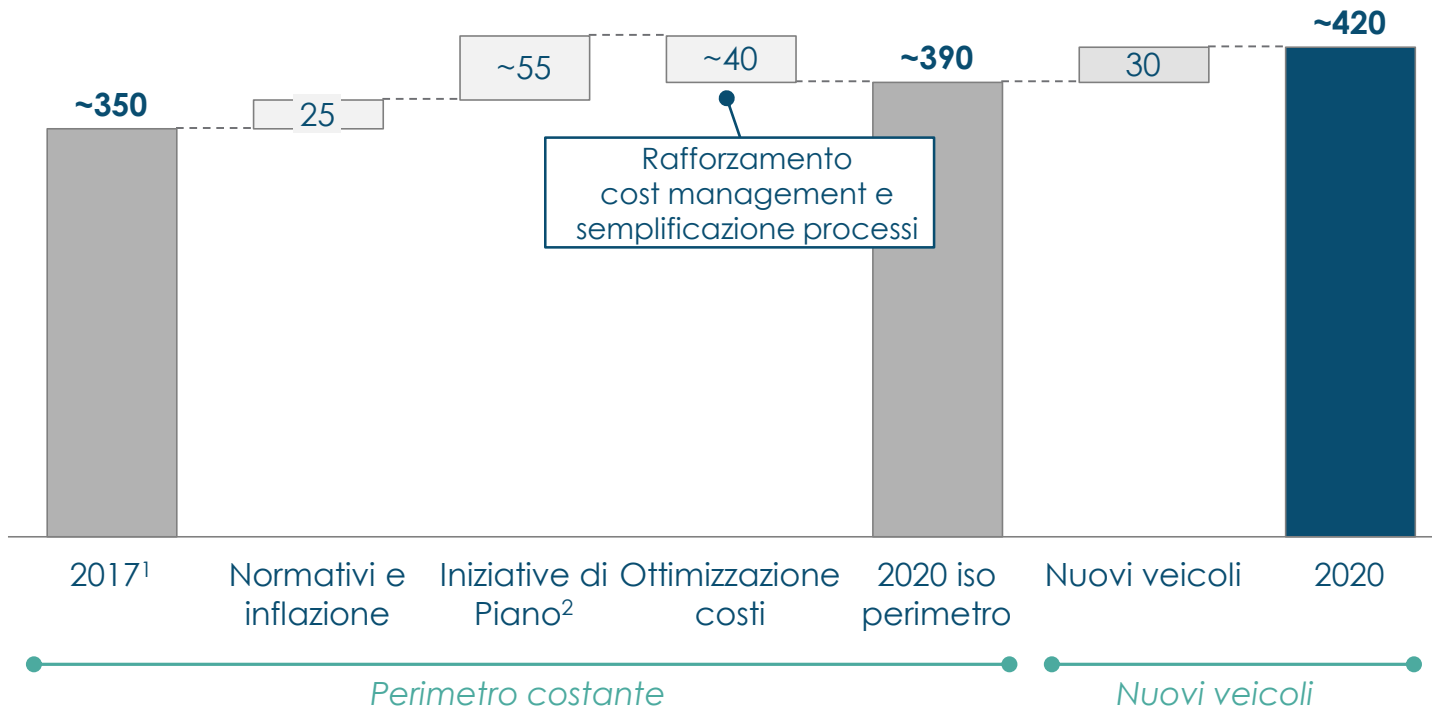


1. Media portafoglio

Investiremo nel Piano e ridurremo l'incidenza dei costi

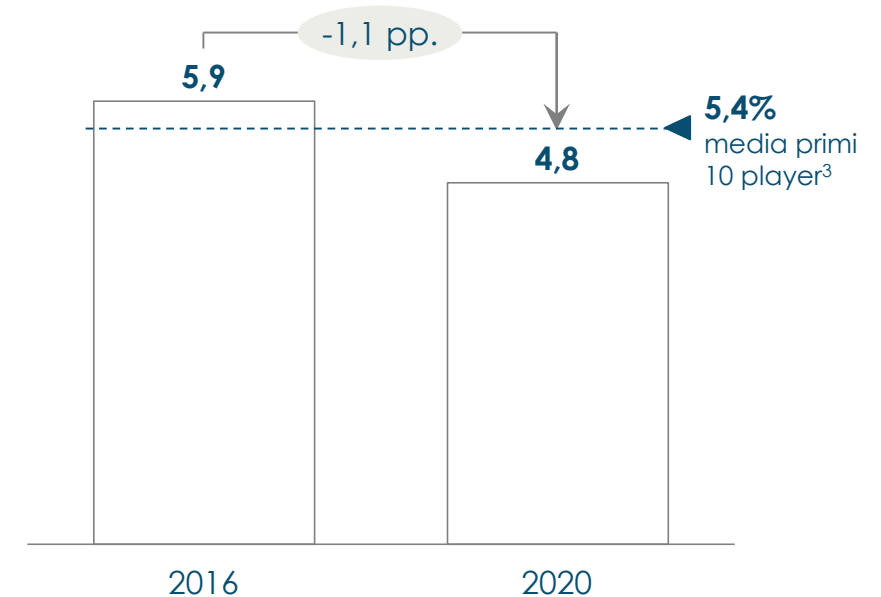
Struttura di costo in crescita per supportare la trasformazione di Piano

Costi operativi (€M)



Investimenti di Piano più che compensati dalla crescita premi

Costi operativi / Premi (%)

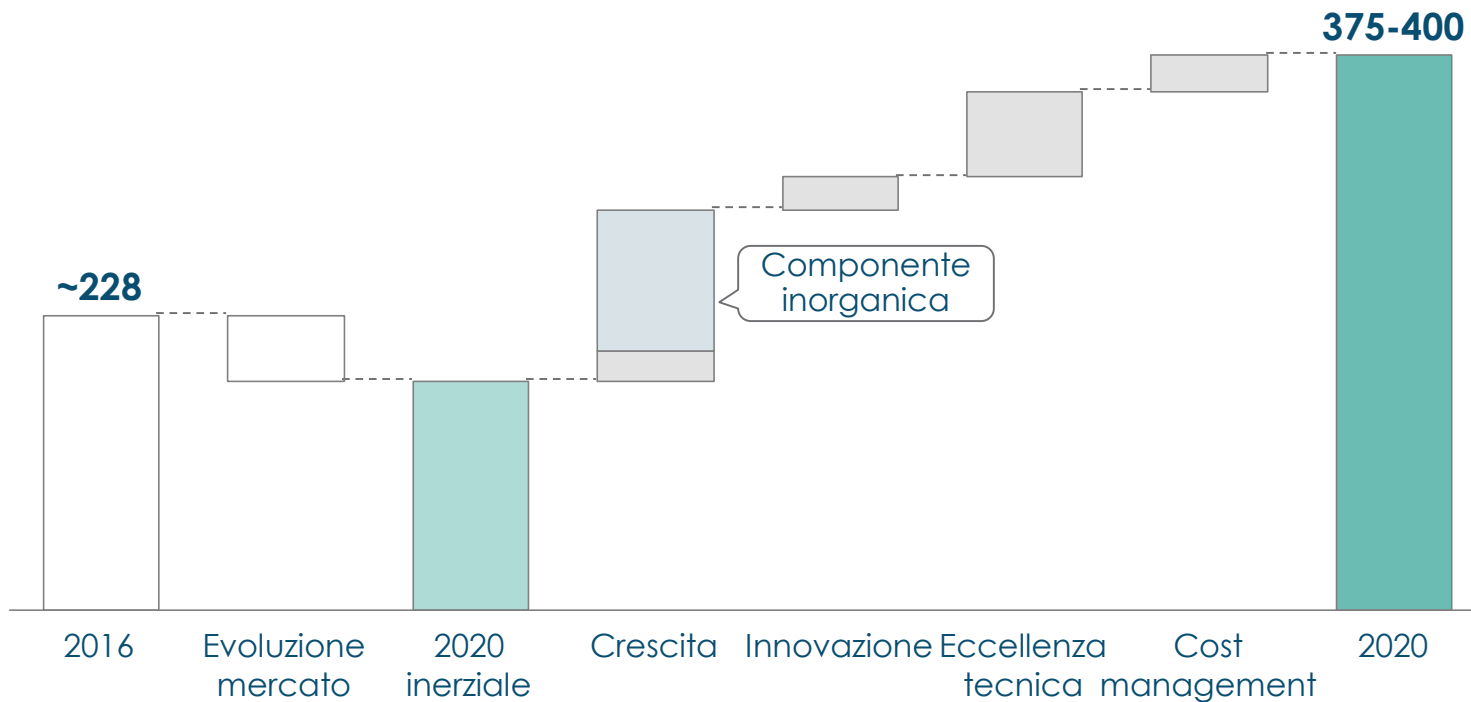


1. Dati preliminari - pre closure; 2. Effetto a P&L dei Capex del Piano; 3. Elaborazioni su dati ANIA – Primi 10 gruppi per raccolta Danni

Incrementeremo l'utile operativo e il ritorno sul capitale al 2020

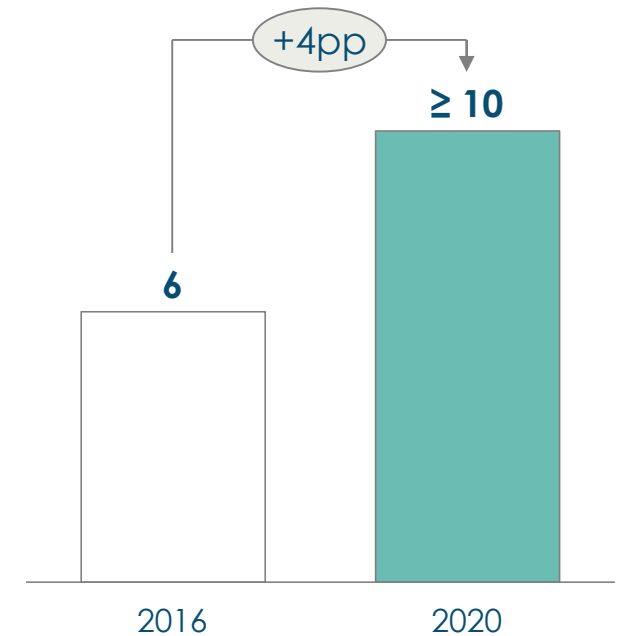
375-400 €M di utile operativo al 2020

Utile operativo (€M)



ROE atteso in significativa crescita

ROE operativo (%)



Bond emesso a condizioni vantaggiose

500M€

Dimensione del bond subordinato emesso, ~7x la domanda

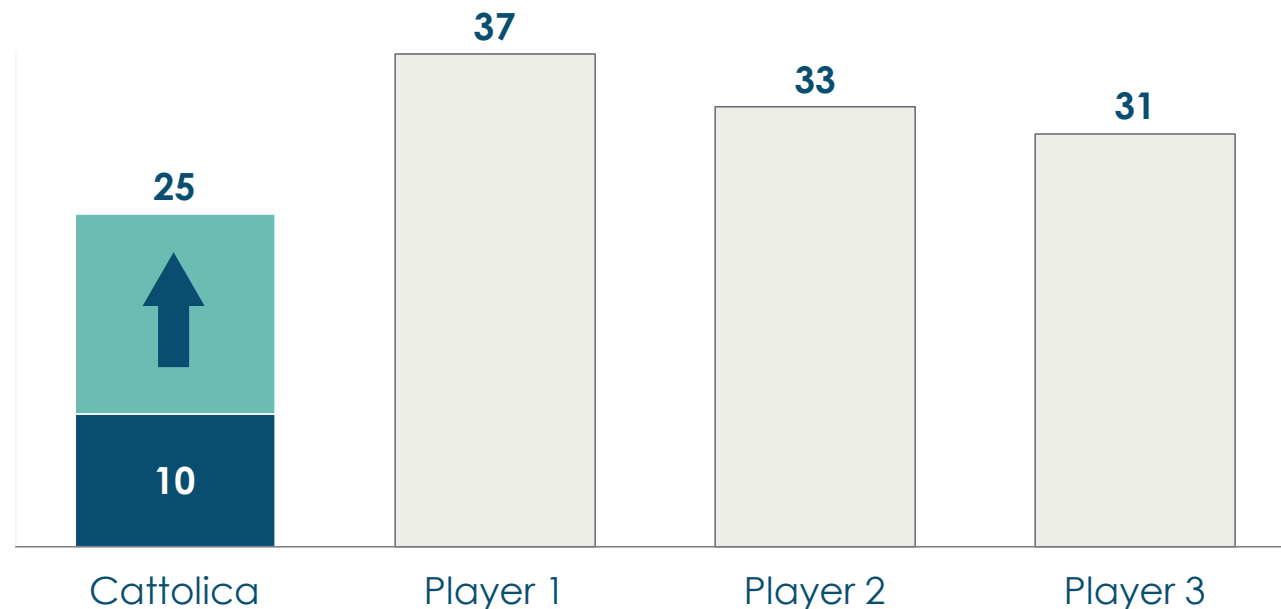
+35pp

Impatto dell'emissione del bond su Solvency II

4,25%

Tasso di interesse sul bond subordinato emesso

Tasso di indebitamento¹ (%)

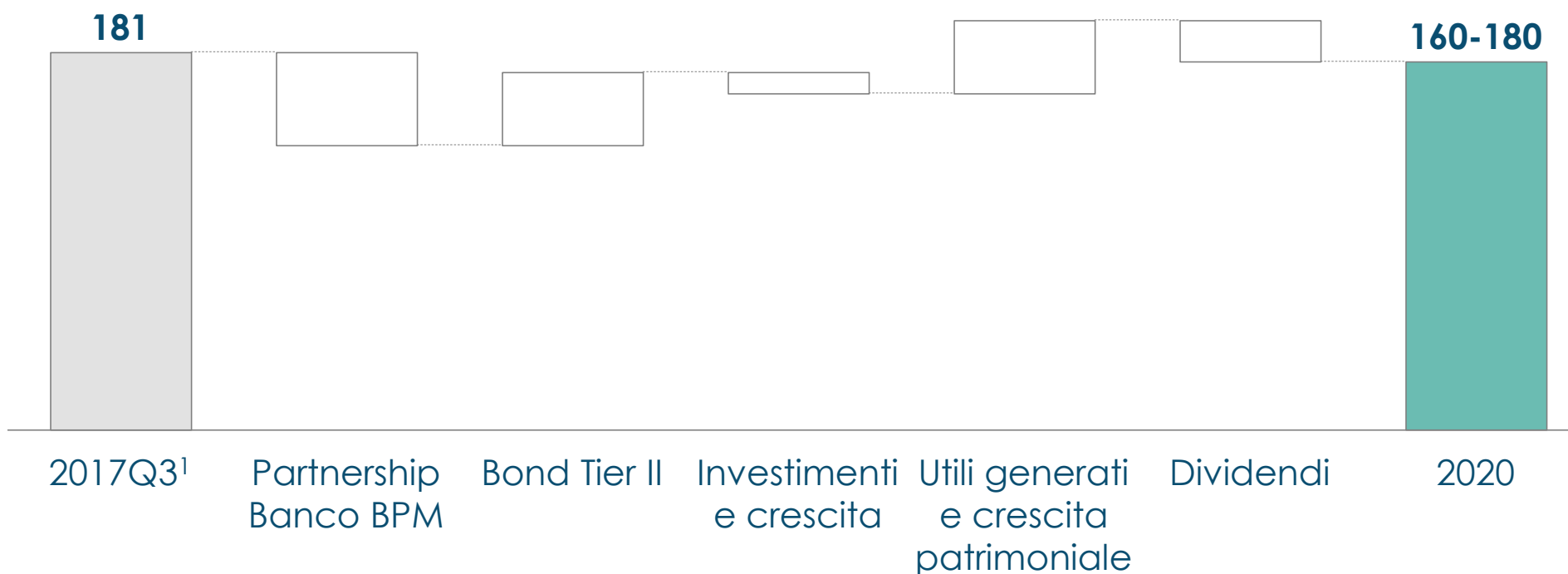


1. Dato 2016, principali player di mercato

Manterremo un'elevata solidità al 2020 con SII tra 160 e 180%

Principali driver di evoluzione del Solvency II Ratio

Solvency II Ratio (%)



1. Dati Gruppo 30/09/2017 inclusa pro-quota dividendo

Sintesi KPI chiave del Piano

	Target 2020	Δ vs 2016
Premi Danni	2,4 - 2,6B€	+0,4 - 0,6B€
Premi Vita	5,2 - 5,4B€	+2,4 - 2,6B€
Costi su premi totali ¹	4,8%	-1,1pp
Utile operativo	375-400M€	+150 -175M€
ROE operativo	≥10%	+4pp
SII Ratio	160-180%	-
Dividendo per azione	>0,5€	~ +50%

1. Escluse le spese di liquidazione

Considerazioni finali e Q&A

Alberto Minali, *Amministratore Delegato*



Cattolica 2020:

Una storia in evoluzione

Trasformare Cattolica in una realtà più innovativa, più agile e pronta per le sfide future

Rafforzare e diversificare il business model, confermare posizionamento e vocazione di vicinanza a famiglie e imprese

Incrementare il valore generato per tutti gli stakeholder

CATTOLICA



A S S I C U R A Z I O N I

DAL 1896

Glossario

Utile operativo danni

- È definito come la somma dell'utile tecnico (al netto della riassicurazione), del reddito finanziario ordinario (quindi cedole, dividendi, redditi) e degli altri costi operativi recurring (ammortamenti, svalutazioni crediti vs assicurati e intermediari, interessi bancari, altri). Vengono escluse le componenti finanziarie di realizzo, di valutazione, le svalutazioni di altri attivi, i costi di debito finanziario (interessi sui subordinati), ammortamento VOBA (value of business acquired) e costi non ricorrenti (quali incentivi all'esodo e costo del fondo solidarietà)

Utile operativo vita

- È analogo a quello danni con l'unica differenza che tutti i redditi finanziari dei titoli appartenenti alle gestioni sono integralmente inclusi (in quanto concorrono a determinare gli interessi tecnici retrocessi agli assicurati)

ROE operativo

- È il rapporto tra la somma di Utile Operativo meno costo del subordinato, meno imposte, meno interessi di minoranza e la media del patrimonio netto di Gruppo (esclusa la riserva su titoli finanziari available for sale). Le imposte sono calcolate prendendo l'aliquota teorica normalizzata

Contatti

Atanasio
Pantarrotas

Responsabile pianificazione e controllo
atanasio.pantarrotas@cattolicaassicurazioni.it
+39 045 83 91 277

Sergio
Adami

Investor relations
sergio.adami@cattolicaassicurazioni.it
+39 045 83 91 738

Chiara
Adria

Investor relations
chiara.adria@cattolicaassicurazioni.it
+39 045 83 91 229