

# Assemblea dei soci

## Sintesi del nuovo Piano industriale

**ALBERTO MINALI – AMMINISTRATORE DELEGATO**

Verona, 28 aprile 2018





# 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

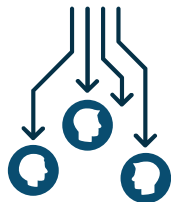
Incrementare il valore generato per tutti gli stakeholder

## Mercato in profondo cambiamento



### Clienti

Incremento consapevolezza, aspettative di servizio e semplicità



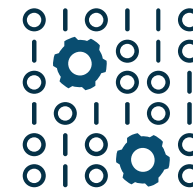
### Distribuzione

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

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 tasso di ritenzione RCA vs mercato

2 Capillarità  
canali distributivi

- 1.500 agenzie diffuse su tutto il territorio
- Partnership con 2 delle top 5 banche<sup>1</sup>

3 Redditività Auto

- -4,5pp loss ratio RCA rispetto al mercato<sup>2</sup>
- 4,9% frequenza Auto vs 6,2% mercato<sup>3</sup>

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 telematica<sup>1</sup>)

### 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 mercato<sup>2</sup>

### 4 Redditività Vita

- Utile limitato in rapporto alle riserve

### 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 11 mesi

- Avviato cambiamento organizzativo, culturale 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
  - Proposta all'Assemblea per migliorare modello di governance
- Acquisto della maggioranza delle società ed accordo distributivo in esclusiva con Banco BPM nel Vita e nel Danni:
  - 3° banca per sportelli in Italia
  - 9B€ riserve Vita acquisite
  - 140M€ premi Danni attesi
  - Emesso Bond a condizioni vantaggiose
- Rinnovati offerta e sistema informatico Vita
- Ridotta esposizione su titoli governativi Italia
- Lanciato prodotto telematico nel business auto

## 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  
produzione Vita  
concentrata su prodotti a  
basso assorbimento di  
capitale



Semplificazione e trasformazione culturale

## 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 <sup>1</sup>    | 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 <sup>2</sup> | 4,8%      | -1,1pp |

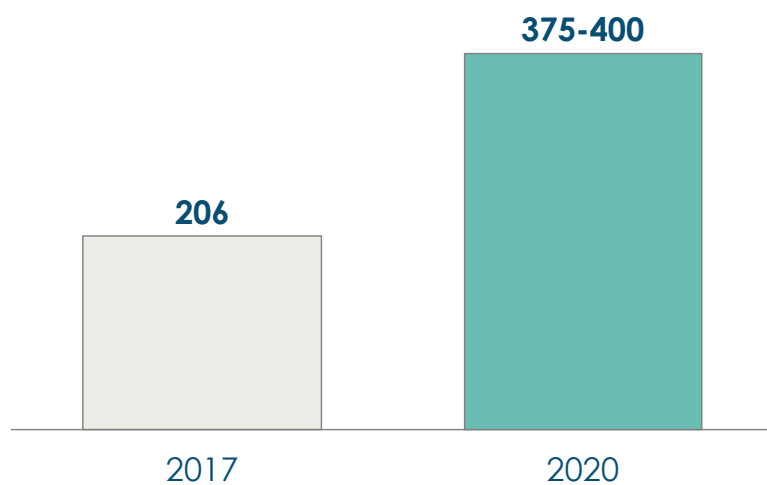
1. Esclude bancassurance; 2. Escluse spese liquidazione



## Incrementeremo il valore generato

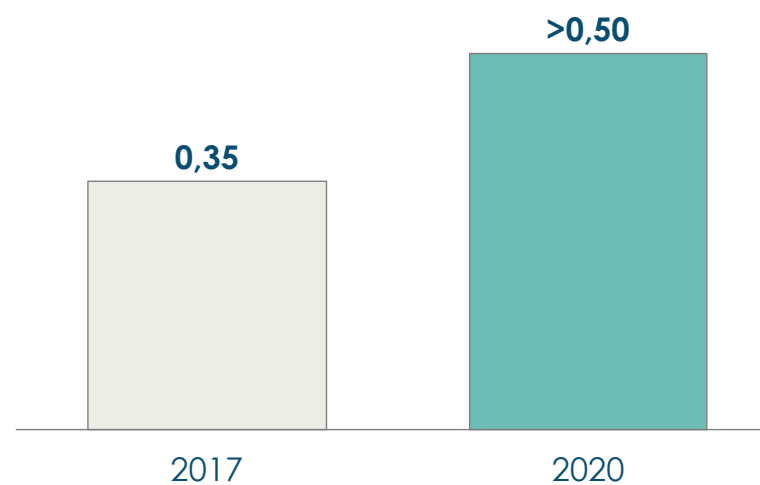
Incremento profittabilità

Risultato operativo (M€)



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

# Maggior coinvolgimento delle risorse interne e miglioramento della Governance per conseguire gli obiettivi del Piano Industriale

## Maggior coinvolgimento delle Risorse

---

- Obiettivo di incremento soddisfazione dipendenti (sondaggio interno Great Place to Work)
- Maggior valorizzazione e dinamismo delle risorse in azienda (vs. Job Market)
- Modello di incentivazione allineato agli obiettivi di piano
- Incentivi rivolti a tutti i dipendenti del Gruppo

## Miglioramento Governance

---

- Adozione modello monistico e riduzione del numero dei consiglieri a 17
- Eliminazione del Comitato Esecutivo
- Innalzamento al 5% della soglia di ammissione a Socio per le persone giuridiche
- Possibilità di nomina di 1/2 consiglieri da una Lista di Capitale