



---

## Comunicato stampa

Risultati al 31 dicembre 2005

### **GENERTEL (GRUPPO GENERALI): CRESCITA DEI PREMI (+11%), SI CONFERMA LEADER IN ITALIA NELL'ASSICURAZIONE DIRETTA**

- cresce internet: 1 preventivo assicurativo su 2 erogato tramite web
- diversificazione: 20% dei premi in prodotti diversi da Rc Auto

Trieste, 6 Aprile 2006. Genertel, la compagnia di assicurazione diretta del Gruppo Generali in Italia, ha chiuso il 2005 con una raccolta premi lordi di **228 milioni di euro**, in crescita dell'11% rispetto al 2004, confermandosi **al primo posto** nel settore della assicurazione diretta.

L'intensa attività commerciale, unita all'affidabilità ed efficacia della piattaforma tecnologica di servizio, ha consentito alla Compagnia di rispondere a più di **2 milioni di telefonate** arrivate al numero verde del Servizio Clienti, di produrre nell'anno più di **780.000 nuovi preventivi** di assicurazione, e di gestire oltre **560.000 contratti**.

Il sito internet [www.Genertel.it](http://www.Genertel.it) ha registrato nel 2005 quasi **2 milioni di accessi**, per più di 1 milione di visitatori unici, contribuendo per **oltre il 50%** al totale di nuovi preventivi formulati.

Nel corso dell'anno, la notorietà del marchio è stata sostenuta dalla nuova campagna pubblicitaria "**TI AMO**", firmata da Oliviero Toscani e focalizzata sulla qualità della relazione con la clientela.

L'attività è stata supportata da programmi di marketing diretto e web su segmenti specifici di clientela, sviluppati grazie agli investimenti effettuati nel sistema informativo di Market Research e CRM (Customer Relationship Management).

La nuova produzione nel **ramo RC Auto** si è incrementata del 21,5% grazie ad una maggior personalizzazione delle tariffe ed alla innovazione di prodotto.

Nel 2005 sono stati lanciati con successo due nuovi prodotti a forte componente di servizio rivolti ai target Donna e Famiglia, ed è stato sviluppato, in collaborazione con Bosch, un programma volto a premiare i clienti che acquistano autovetture dotate del Programma Elettronico di Stabilità (ESP), così da misurarne gli effetti di sicurezza e riduzione della sinistralità.

Mediante una attenta strategia di diversificazione del portafoglio, l'incidenza dei **rami diversi da RC Auto** ha superato il 20% sul totale dei premi emessi. Nello specifico, per le linee di prodotto Non Auto, si e' rinnovata nell'anno l'offerta Abitazione e Responsabilita' Civile del Capofamiglia e sono stati rilanciati i prodotti Genertel Viaggi e Genertel Sci, allo scopo di offrire una copertura completa alle esigenze assicurative del nucleo familiare.

Il controllo nell'assunzione dei rischi e l'efficienza operativa, mirata a fornire un servizio di qualità a costi contenuti, hanno consentito di ridurre il rapporto sinistri a premi netto all'80,4% (82,3% nel 2004) e di raggiungere un indice di **combined ratio netta** di 93,8% (96,1% nel 2004).

**L'utile netto** ha raggiunto i 17,1 milioni di euro (15,7 milioni di euro nel 2004).

“Il raggiungimento di un elevato tasso di crescita, associato ad un miglioramento delle componenti reddituali, è un risultato importante – commenta **Aldo Minucci**, Presidente di Genertel – in particolare alla luce della forte intensità competitiva che sta caratterizzando il settore delle compagnie dirette. La nostra Compagnia ha proseguito nel proprio percorso virtuoso di diversificazione del portafoglio prodotti, attraverso un'offerta innovativa basata su due pilastri fondamentali: conoscenza diretta dei bisogni della clientela ed elevati standard di servizio .”

*Ufficio stampa  
Gruppo Generali  
tel. 040671186  
tel. 040671231  
[www.Genertel.it](http://www.Genertel.it)*