

COMUNICATO STAMPA

GENERTEL: CRESCE L'UTILE NETTO A 1,6 MILIONI € (+ 44,4%) SALE LA RACCOLTA PREMI A 156,3 MILIONI €(+24,3%)

Trieste, 21 marzo 2003 – Il Consiglio di Amministrazione di Genertel, la Compagnia del Gruppo Generali leader nell'assicurazione diretta in Italia, ha approvato i risultati dell'esercizio 2002.

Il bilancio 2002 si è chiuso con una **raccolta premi di 156,3 milioni di euro** (+24,3% rispetto al 2001), con una significativa componente derivante dal **canale Internet** che ha raggiunto ormai il **50%** dei **nuovi preventivi erogati**.

Nel corso del 2002 è stata superata la soglia dei 360.000 clienti, con oltre dodicimila telefonate al giorno e due milioni di accessi al sito www.genertel.it.

Nell'esercizio si è registrato un ulteriore **miglioramento** della **combined ratio** che si è attestata a 96%. Il **rapporto delle riserve sui premi** ha raggiunto il **166,2%** (contro il 154,7% dell'esercizio precedente e il 137,7 del 2000). Gli **attivi** della Compagnia a fine anno, pari a **286,4 milioni di euro**, hanno registrato un incremento del **32,8%**.

L'**utile netto** ha raggiunto **1,6 milioni** (+44,4% rispetto all'anno precedente) con un **ROE** del 6,3% in miglioramento del **40%** rispetto al 2001.

“I positivi andamenti tecnici raggiunti da Genertel - dichiara il Presidente Aldo Minucci - dimostrano l'efficacia dell'azione della Compagnia sia nella selezione dei rischi che nella definizione delle tariffe di premio. I risultati conseguiti quest'anno sono in linea con le previsioni del piano industriale triennale che fissa importanti obiettivi di crescita sia dei volumi che della redditività.

“Mentre talune compagnie dirette rincorrono ancora il breakeven - commenta il Direttore Generale Leonardo Felician - Genertel produce utili per gli azionisti ormai da 4 anni. Quest'anno per la prima volta nella sua giovane storia la Compagnia distribuirà un dividendo pari a 1 milione di euro. La validità del modello Genertel - conclude Felician - è comprovata da un tasso costi (11,4%) tra i più bassi del mercato assicurativo europeo nonché dall'elevato indice di gradimento sia del servizio offerto che dell'immagine della compagnia, come attestato da recenti ricerche di mercato”.
