



Lancement de Groupama Assicurazioni Conférence de presse

Roma, le 22 octobre 2009





Contenu

Rome, le 22 Octobre 2009

- ▶▶ **Présentation de Groupama**
- ▶▶ **Groupama à l'international : une stratégie de croissance et d'intégration**
- ▶▶ **Lancement de Groupama Assicurazioni sur le marché italien**
 - Contexte
 - Le socle du développement futur
 - Les ambitions de Groupama Assicurazioni



Présentation de Groupama

Jean Azéma – directeur général de Groupama

Rome, le 22 Octobre 2009



Un acteur significatif dans le secteur de l'assurance

►► Un groupe mutualiste centenaire d'assurance, de banque et de services financiers, d'origine agricole

- 1900 Loi autorisant en France la création de caisses d'assurances mutuelles agricoles
- 1963 Couverture de l'ensemble des risques dommages
- 1972 Début de l'assurance vie
- 1986 Création de la marque Groupama
- 1998 Acquisition du Gan, 4^{ème} assureur français
- 2001 Partenariat bancaire avec la Société Générale
Licence au Vietnam
Schéma de regroupement des Caisses régionales et projet d'ouverture du capital du groupe
- 2003 Déploiement de l'offre bancaire, licence en Chine
- 2005 Acquisitions en Grande-Bretagne, en Espagne, en Turquie, en -
Italie, en Grèce, en Roumanie, en Hongrie, en Bulgarie et
- 2008 Slovaquie, prise de participation dans le 1^{er} assureur de Tunisie et partenariat stratégique avec OTP Bank



Assicurazioni

Un acteur économique puissant

►► En France, une **forte notoriété** s'appuyant sur trois marques



►► Une **marque unique** dans 13 autres pays



►► Une **large clientèle**



16 millions de clients en France et à l'international





Un acteur économique puissant



▶ Un **assureur incontournable** sur le marché français



1er assureur santé individuelle
1er assureur agricole
1er assureur habitation
3ème assureur auto
3ème assureur des PME-PMI

▶ Une forte **croissance internationale**



30% du chiffre d'affaires
38 500 salariés dont
11 200 à l'international

▶ Une bonne **solidité financière**



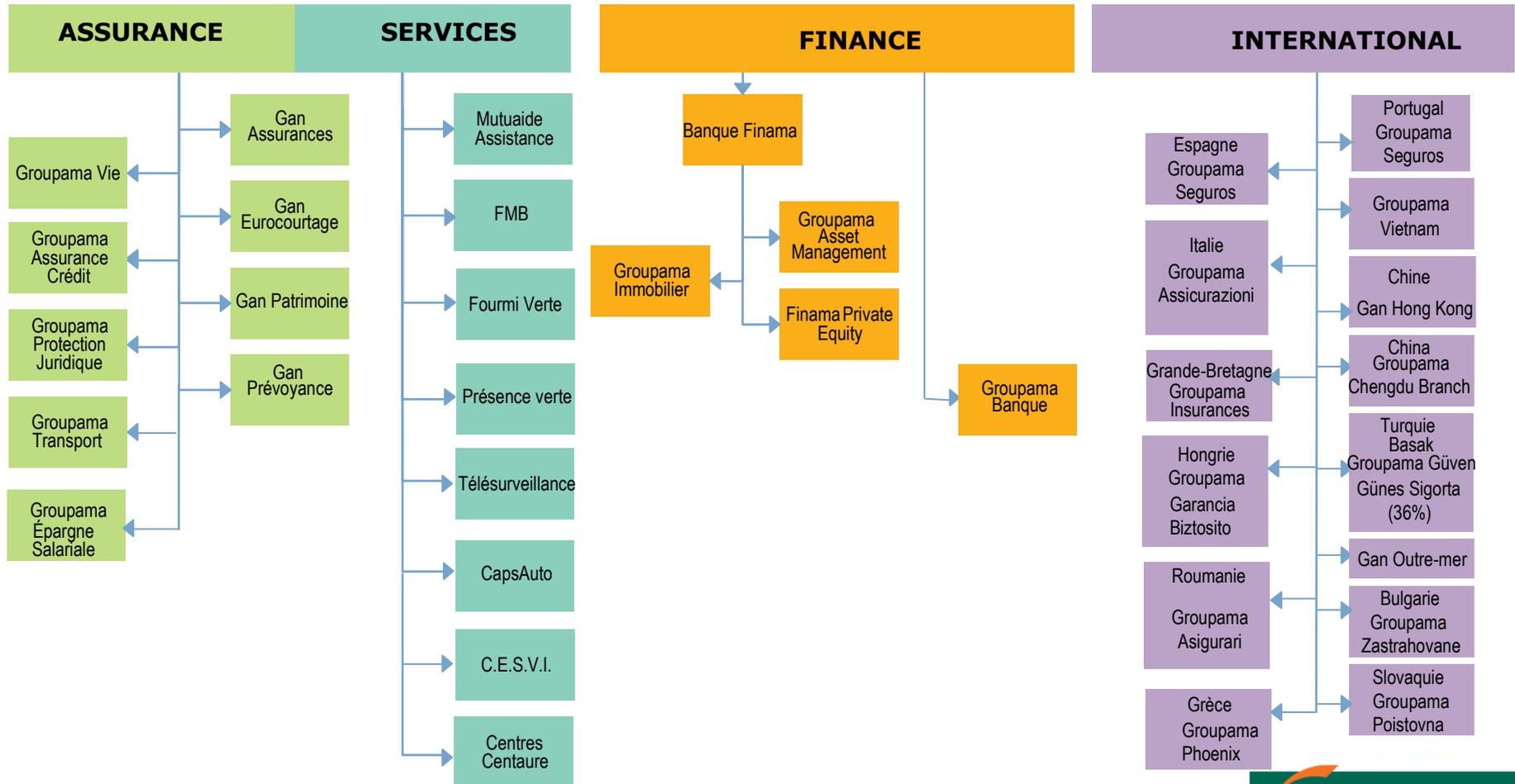
Marge de solvabilité:
180%*

*fin août 2009



Assicurazioni

Un groupe qui couvre toutes les lignes d'affaires, de clients et de canaux de distribution





Les ressources humaines, socle de la réussite du groupe

- ▶ **Des salariés et managers engagés et mobilisés au service des ambitions du Groupe**
- ▶ **Une politique de recrutement active et soutenue**
- ▶ **Une priorité donnée au développement professionnel et la mobilité**
- ▶ **Une internationalisation accélérée des ressources humaines du groupe**
- ▶ **Un engagement réaffirmé d'employeur responsable**



Poursuite de la croissance organique en France et à l'International

►► Une ambition

- Faire de GROUPAMA un des leaders européens de l'assurance figurant dans le Top 10 à l'horizon 2012 pour garantir la pérennité et l'indépendance du groupe

►► Une stratégie de croissance

- Conforter et développer les positions d'assureur généraliste en France
- Développer le groupe à l'international
- Améliorer la rentabilité par une efficacité renforcée



Poursuite de la croissance organique en France et à l'International

► En France: devenir l'assureur de référence

- Renforcer nos positions en assurance de biens et de responsabilité
- Croître sur le marché des assurances de personnes
- Poursuivre le développement de la banque
- Améliorer notre croissance organique, notamment dans l'urbain



Poursuite de la croissance organique en France et à l'International

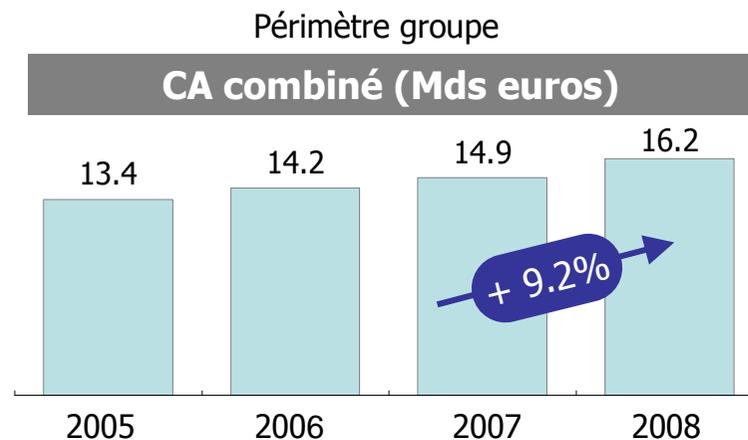
► A l'international: devenir un acteur de référence sur de nouveaux marchés

- Réussir l'intégration ou la fusion des sociétés acquises
- Poursuivre l'expansion en Europe centrale et orientale
- Développer les accords de bancassurance et en rechercher de nouveaux
- Améliorer l'efficacité commerciale et capitaliser sur les savoir-faire du groupe

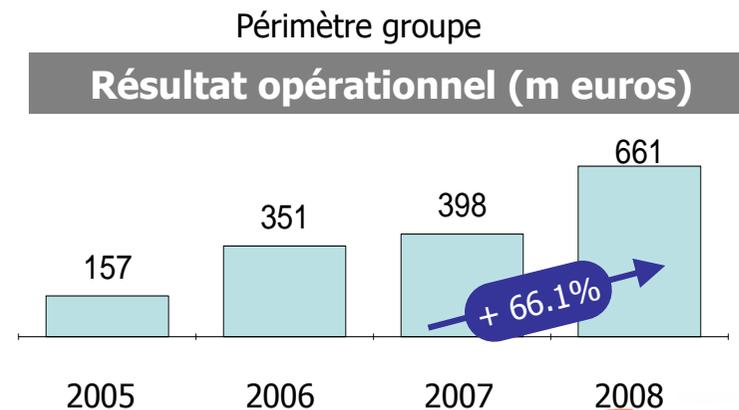
Une stratégie de croissance durable et rentable

►► Accélération du développement

– évolution du chiffre d'affaires



►► Forte hausse du résultat opérationnel

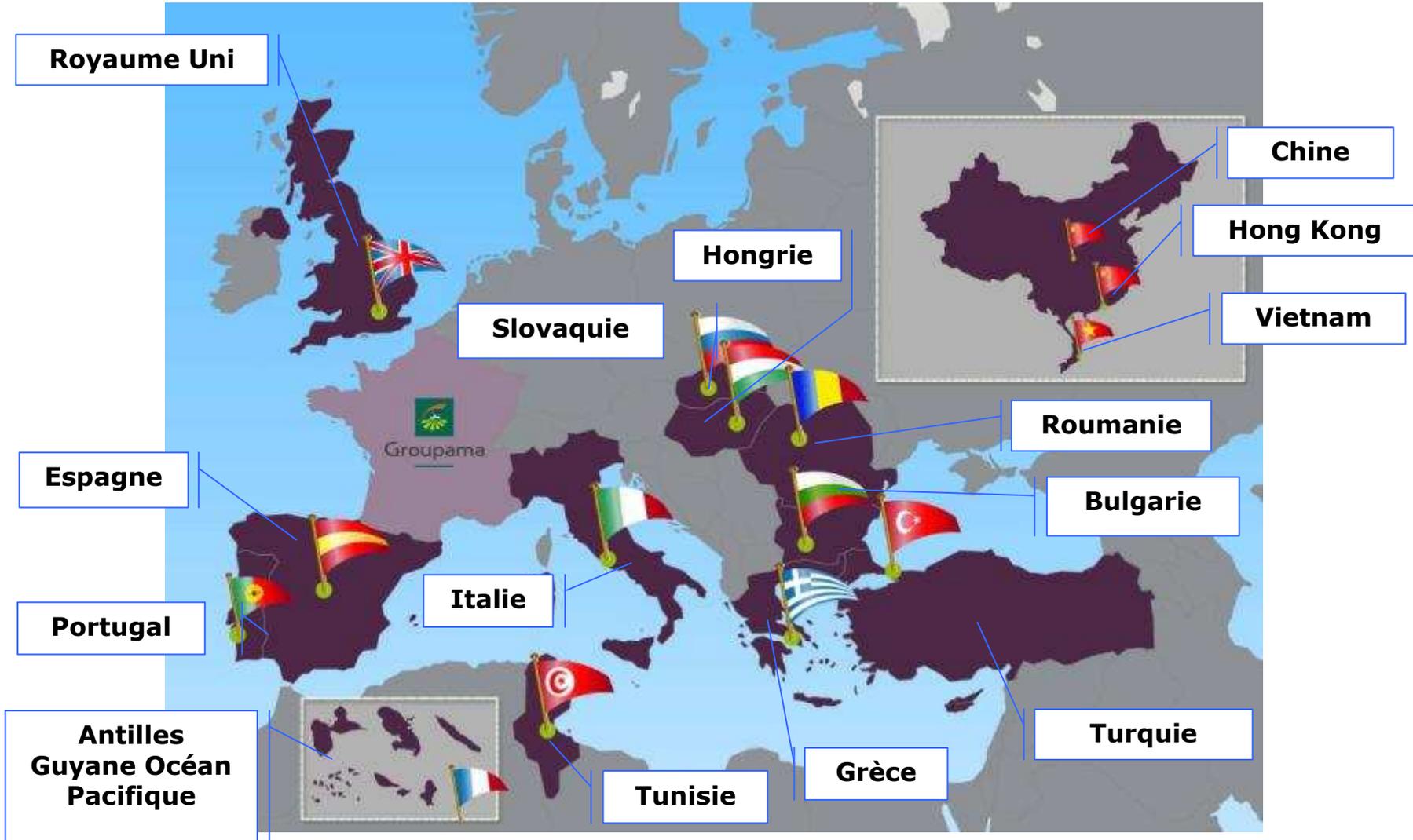




Groupama à l'international :
une stratégie de croissance et d'intégration
Jean-François Lemoux
– directeur général international

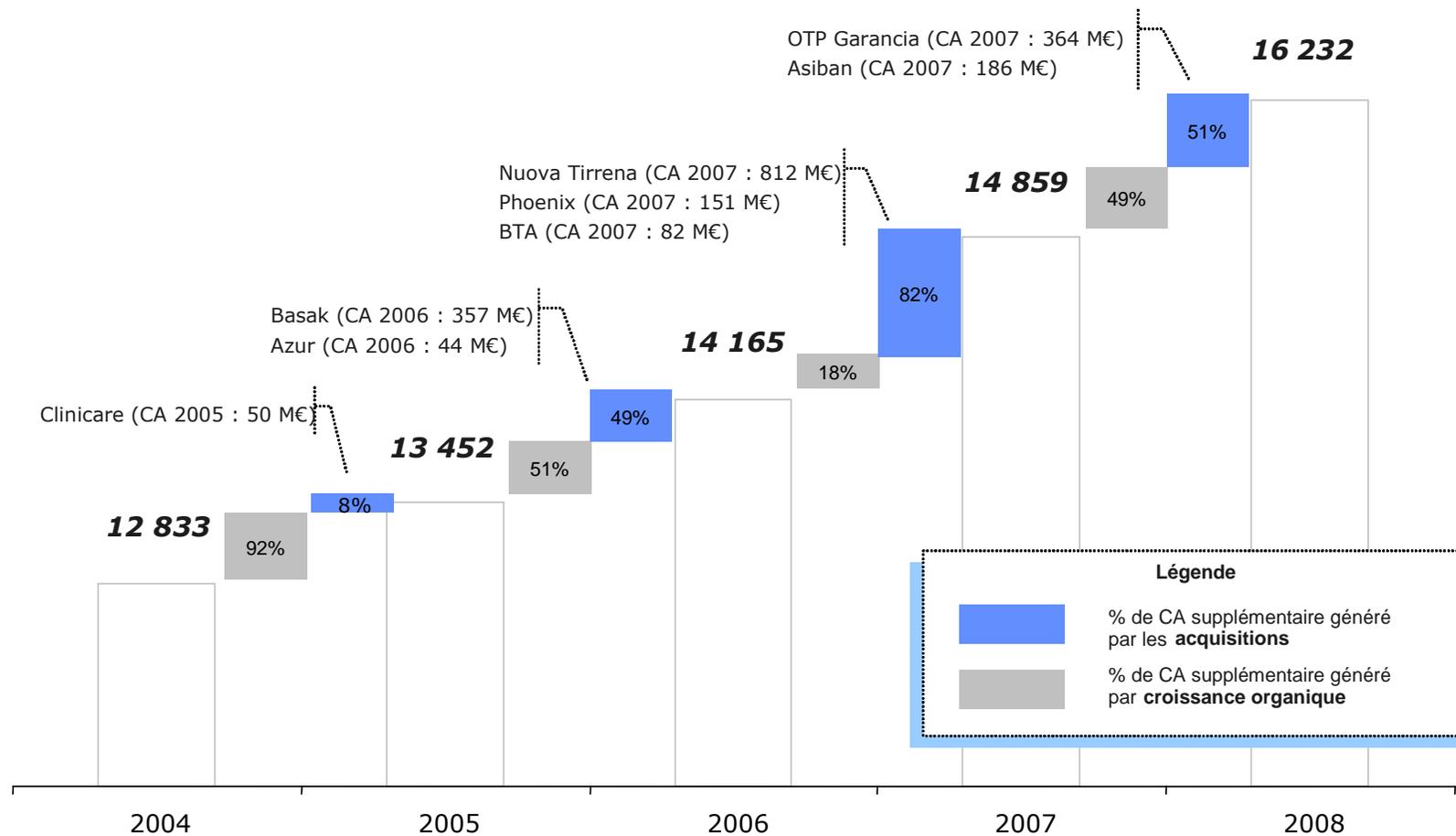
Rome, le 22 Octobre 2009

Une activité croissante à l'international



Les acquisitions à l'international ont fortement contribué à la croissance

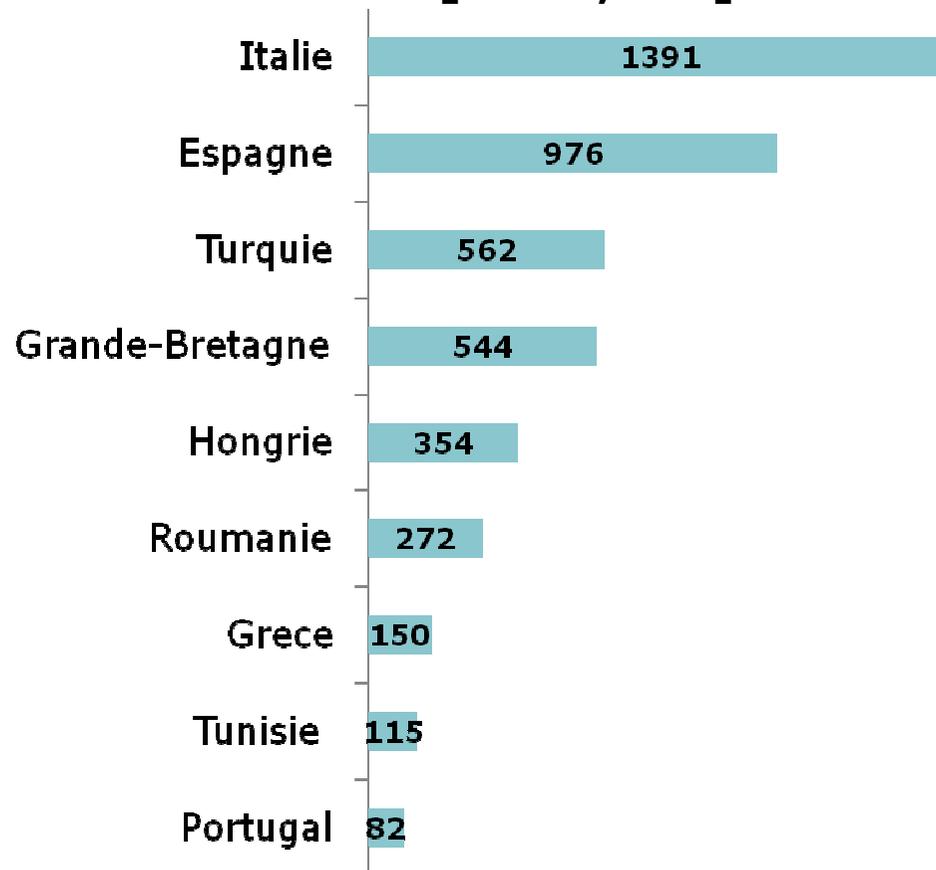
Évolution des primes Groupe 2004-2008



* Estimation (hors Güven, avec pour les autres acquisitions une hypothèse de reconduction du CA 2007 en 2008). Croissance organique estimée à partir de la PSO 2008 V0
Source : analyse DSG

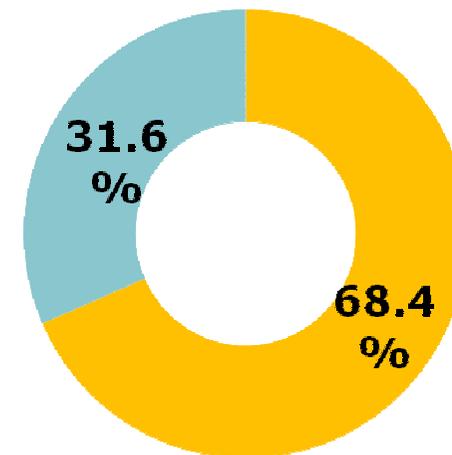
Un groupe de dimension européenne

Décomposition du CA International [2008, M€]



Répartition du chiffre d'affaires

■ France ■ International



Assicurazioni

* CA intégrant les nouvelles acquisitions en année pleine



Développement de nos implantations actuelles

Investir dans les réseaux de distribution

- Ouverture d'agences
- Restructuration des réseaux de distribution
- Renforcement des accords de bancassurance
- Vente directe

Diversifier les offres

- Accélération du développement commercial
- Nouvelles offres avec des services associés
- Développement de l'assurance agricole
- Epargne individuelle et Prévoyance

Capitaliser sur les intégrations réalisées en 2009 :

- Italie : rapprochement Groupama Assicurazioni et NT
- Rapprochements en Hongrie (Groupama Biztosito-OTP Garancia)
- Roumanie (3 sociétés), Turquie (Basak Groupama-Güven)
- Intégration de la Slovaquie et de la Bulgarie



Les étapes clé de Groupama en Italie

►► Un groupe d'assurance avec une présence centenaire en Italie

- 1881 → Autorisation du premier assureur français, Le Phénix, à opérer en Italie
- 1990 → Le Phénix est acheté par Gan Assurances
- 1998 → Gan Assurances devient filiale du groupe Groupama
- 2007 → Acquisition et intégration de Nuova Tirrena
- 2009 → Lancement de Groupama Assicurazioni



Les atouts du groupe sur le marché italien

- ▶▶ **L'Italie est déjà le deuxième marché du Groupe**
- ▶▶ **Le marché présente un potentiel de développement :**
 - **taux de pénétration de 3,5% du PIB en vie (vs 6,2% en France)**
 - **taux de pénétration de 2,4% du PIB en non vie (vs 3,0% en France)**
- ▶▶ **Une forte expérience de l'animation et du pilotage de tous les réseaux de distribution**
- ▶▶ **Un savoir-faire reconnu sur tous les métiers, déployé dans 14 pays**



Vision stratégique du marché italien

- ▶ **Etre un acteur de référence du marché en continuant à investir sur cette plateforme à fort potentiel (produits, services, réseau...)**
- ▶ **Développer le réseau d'agents, vecteur principal de notre croissance**
- ▶ **Nouer des partenariats avec des banques régionales fortement implantées localement**
- ▶ **Faire fructifier le savoir-faire du groupe au travers des échanges de compétences**
- ▶ **Diversifier le portefeuille produits**
- ▶ **Accroître la rentabilité et l'efficacité**



Lancement de Groupama
Assicurazioni sur le marché italien
Pierre Lefèvre – PDG de Groupama
Assicurazioni

Rome, 22 octobre 2009





Création d'une des compagnies les plus importantes du marché italien

- ▶ **Groupama Assicurazioni est née de la fusion entre les activités de Groupama Italia et Nuova Tirrena**
- ▶ **La nouvelle société est déjà l'une des plus importantes du marché italien (chiffre d'affaires de 1,4 milliard d'euros, 850 agences, un effectif de plus de 900 employés et 1,7 million clients)**
- ▶ **Le Plan de développement à horizon 2012 comportera des investissements importants**



Le Plan d'Intégration 2007-2009

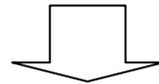
- ▶ **Renouvellement complet des processus et des structures de Groupama Italia et de Nuova Tirrena**
- ▶ **117 projets transversaux couvrant toutes les activités; ils seront achevés au cours de l'été 2010**
- ▶ **Les éléments clés du Plan ont été:**
 - Intégration des systèmes informatiques
 - Création d'une gamme de produits unique, innovante et compétitive
 - Développement d'une culture d'entreprise commune orientée vers la satisfaction des clients
- ▶ **Plus grandes synergies grâce à l'intégration des systèmes IT et des structures de back office**

Le plan de développement à horizon 2012

- ▶ **Croissance équilibrée en vie comme en dommages**
- ▶ **Augmentation de la présence capillaire du réseau de distribution sur tout le territoire italien**
- ▶ **Diversification du portefeuille produits et innovation (en conjuguant la connaissance des besoins des clients avec le savoir-faire international du groupe)**
- ▶ **Développement de nouveaux accords de bancassurance avec des banques fortement enracinées localement**

Le Plan d'Investissements

- ▶ **Le Plan d'investissements sera axé sur les points suivants:**
 - Ouverture de nouvelles agences (au moins 25 par an)
 - Notoriété de la nouvelle marque Groupama Assicurazioni (lancement d'une nouvelle campagne publicitaire)
 - Modernisation et réorganisation des systèmes IT, des structures opérationnelles et des processus internes
 - Projets de formation et marketing communs



Augmentation de la capacité commerciale
du réseau de distribution



Ambitions de Groupama Assicurazioni

▶▶ **Créer une société d'assurance moderne et transparente fondée sur les valeurs qui ont permis à Groupama de devenir un des principaux assureurs européens**

- Croissance significative de la branche vie
 - » Objectif de croissance de 20% par an jusqu'en 2012
 - » Contribution considérable du réseau bancassurance
- Croissance sélective de la branche dommages
 - » Objectif de croissance de 4% par an jusqu'en 2012
 - » Lancement de nouveaux produits et de garanties innovantes (par exemple dans le secteur agricole)

▶▶ **La nouvelle société se fixe pour objectif de devenir une des premières compagnies d'assurance d'ici 2012**

**La nouvelle marque italienne
d'un des plus importants
groupes d'assurance
européens**



“Groupama Assicurazioni en toute confiance”





Une campagne orientée vers la transmission des valeurs de Groupama

Introduire des images de la campagne publicitaire



Q&A



Merci