GRUPPO UNIPOL

PRESENTAZIONE DEL GRUPPO UNIPOL

Marzo 2006

Agenda

I Introduzione: highlights e storia del Gruppo Unipol

II Il Gruppo Unipol: i risultati

III Unipol Banca ed il modello di rete integrata

Il Gruppo Unipol in sintesi

- Fondato nel 1963 e avviata l'attività nel 1968, il Gruppo Unipol è oggi il quarto gruppo assicurativo italiano per premi raccolti.
- Attivo oltre che nei tradizionali settori assicurativi del ramo vita e del ramo danni anche nei comparti della previdenza integrativa e sanitaria, nel 2005 Unipol ha realizzato una raccolta assicurativa aggregata superiore a 10,7 miliardi di Euro, di cui:
  - 63% nel comparto Vita (di cui il 55% proveniente da società di bancassicurazione)
  - 37% nel comparto danni (di cui oltre il 60% nel segmento auto)
- Nel 2005 circa il 45% della raccolta Vita del Gruppo derivavano da BNL Vita, *Joint Venture* paritaria tra Unipol e BNL.
- Forte di una rete distributiva di circa 1.800 agenzie e 4.500 punti vendita, il Gruppo opera in tutta Italia con circa 6,5 milioni di clienti, anche attraverso canali distributivi innovativi quali Internet e telefono (attraverso la controllata Linear, fra le compagnie leader nel settore).
- Dal 1999, nell'ambito di un preciso progetto strategico di sviluppo, il Gruppo ha fatto il proprio ingresso nel settore bancario attraverso l'acquisizione di un piccolo istituto di credito con 13 filiali, poi ridenominato Unipol Banca.
- Unipol Banca conta oggi 250 filiali in tutta Italia e si caratterizza, oltre che per i significativi saggi di crescita, soprattutto per il particolare e efficace modello di sviluppo della rete distributiva che si basa sull'integrazione delle filiali bancarie con agenzie assicurative.

Accordo strategico
Gruppo Unipol – Gruppo BNP Paribas

- Il 3 febbraio 2006 è stata ufficializzata la **cessione del 48% di BNL** detenuto da Unipol e dai propri partner al gruppo BNP Paribas, al prezzo di € 2,925 per azione.
- Successivamente all'acquisto di tali quote, **BNP Paribas lancerà un'OPA** obbligatoria sul 100% di BNL alle stesse condizioni offerte a Unipol e ai suoi partner.
- **Unipol acquisirà l'1% di BNL Vita** e rafforzerà con BNL importanti accordi commerciali, specie di banca-assicurazione.
- Unipol diventerà il **partner assicurativo italiano** privilegiato di BNP Paribas, con cui attiverà una **collaborazione strategica** con particolare valenza nei settori:
  - Assicurativo Danni;
  - Previdenza Integrativa.
- BNP Paribas acquisirà il **4,5% del capitale di Finsoe.**
- L'operazione è subordinata alle verificarsi delle seguenti **condizioni sospensive**:
  - Ratifica dell'accordo da parte dei CDA delle società interessate (già verificatesi);
  - Decadenza o inefficacia dell'OPA obbligatoria lanciata da Unipol (verificatasi, con delibera Consob del 9 febbraio 2006);
  - Rilascio da parte delle Autorità competenti delle autorizzazioni o approvazioni necessarie all'acquisizione del controllo di BNL da parte di BNP Paribas.

GRUPPO UNIPOL

Il Gruppo Unipol oggi

UNIPOL ASSICURAZIONI *

Holding di Gruppo

SETTORE ASSICURATIVO

SOCIETÀ	BUSINESS/ CANALE
UNIPOL ASSICURAZIONI **	Danni + Vita / Agenzie
Aurora ASSICURAZIONI	Danni + Vita / Agenzie
LINEAR ASSICURAZIONI IN LINEA	Auto / Telefono+Internet
UNISALUTE Specialisti nell'assicurazione salute	Sanità / Accordi, Internet
Navale ASSICURAZIONI DAL 1914	Agenti plurimandatari / Brokers

SETTORE BANCASSICURAZIONE

SOCIETÀ	BUSINESS / CANALE
Quadri foglio vita	Vita / Filiali BAM (MPS)
BNL Vita	Vita / Filiali BNL

SETTORE BANCARIO, RISPARMIO GESTITO E MERCHANT BANKING

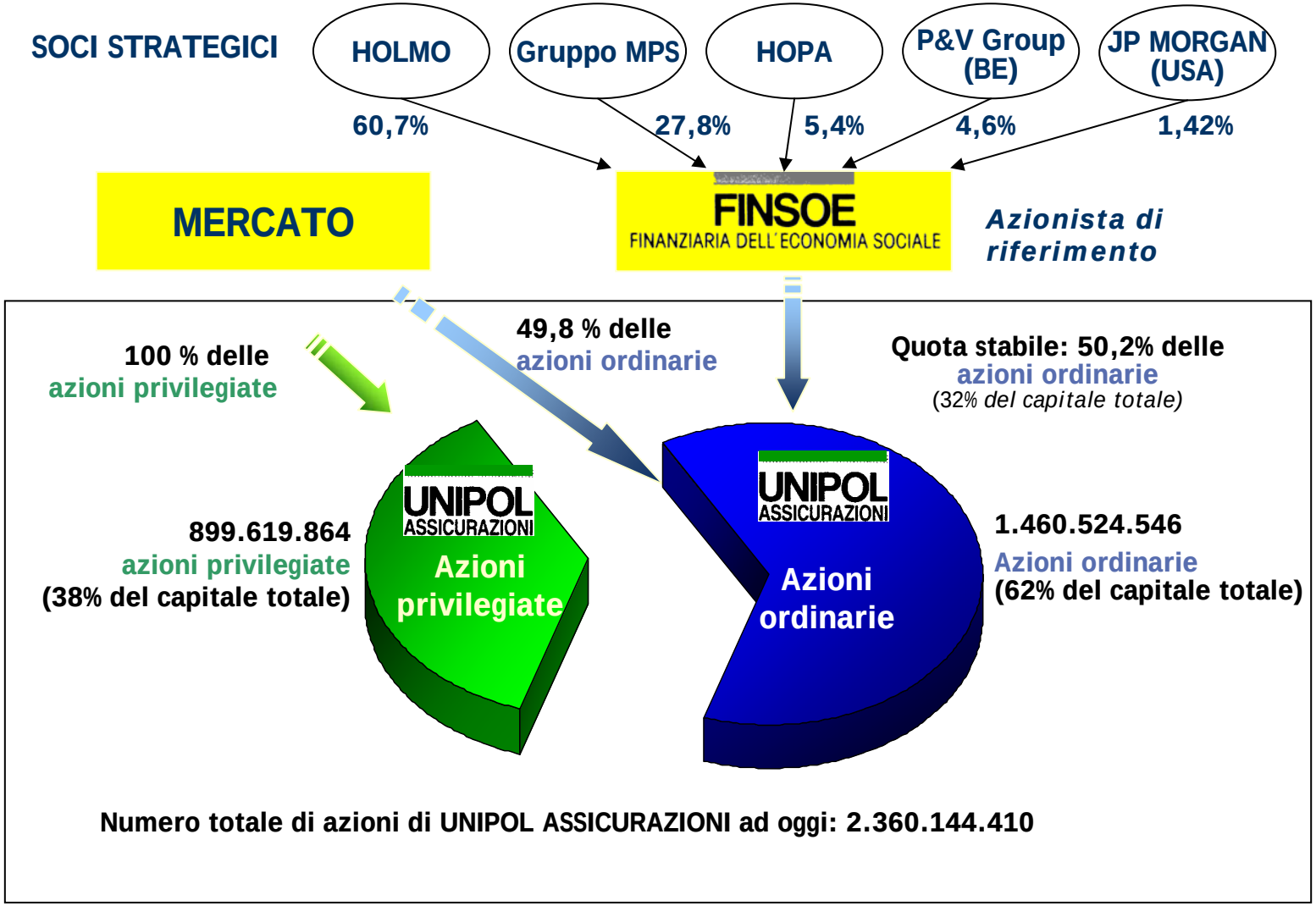
SOCIETÀ	BUSINESS / CANALE
UNIPOL BANCA	Bancario / Filiali, Negozi Finanziari, Promotori Finanziari
UNIPOL FONDI	Fondi d'investimento / Unipol Banca
UNIPOL MERCHANT BANCA PER LE IMPRESE	Merchant Banking e mediocredito
UNIPOL SGR	Asset Management

* Compagnia operativa e holding del gruppo.

** Unipol Assicurazioni vende i propri prodotti vita anche attraverso gli sportelli Unipol Banca.

GRUPPO UNIPOL

La struttura dell'azionariato



Posizionamento nel settore assicurativo (2004)

PREMI COMPARTO DANNI (EUR / MLN)

Fondiaria - Sai	6.990	19,7%
Generali	5.804	16,4%
Allianz Ras	5.491	15,5%
Unipol	**4.005**	**11,3%**
Toro	2.254	6,4%
Reale Mutua	1.767	5,0%
Cattolica	1.398	3,9%
Zurigo	1.341	3,8%
Axa	1.200	3,4%
Sara	775	2,2%

PREMI COMPARTO VITA (EUR / MLN)

Generali	16.540	25,2%
Allianz Ras	8.501	13,0%
Unipol	**5.718**	**8,7%**
Cattolica	3.381	5,2%
Fondiaria - Sai	2.687	4,1%
Zurigo	797	1,2%
Axa	679	1,0%
Reale Mutua	517	0,8%
Toro	479	0,7%
Sara	106	0,2%

PREMI TOTALI (EUR / MLN)

Generali	22.344	22,1%
Allianz Ras	13.992	13,8%
Unipol	**9.723***	**9,6%**
Fondiaria - Sai	9.677	9,6%
Cattolica	4.779	4,7%
Toro	2.733	2,7%
Reale Mutua	2.284	2,3%
Zurigo	2.138	2,1%
Axa	1.879	1,9%
Sara	881	0,9%

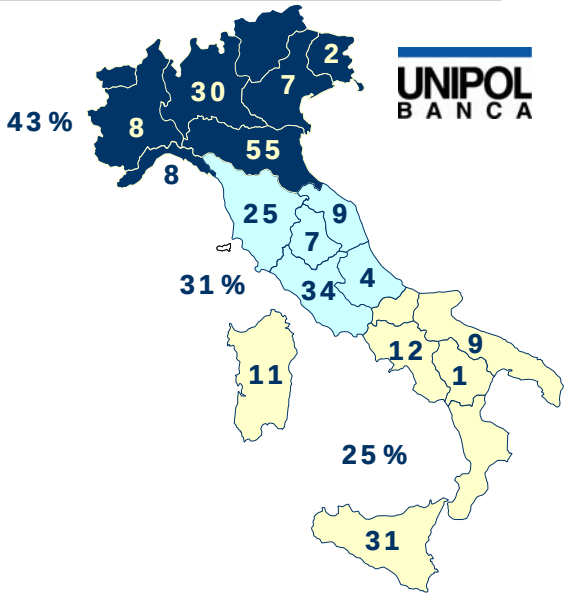
= Quota di mercato

* Comprende la raccolta del Gruppo Mutuelles du Mans Assurance

Rete distributiva (al 31 dicembre 2005)

Banca

Rete di UNIPOL Banca

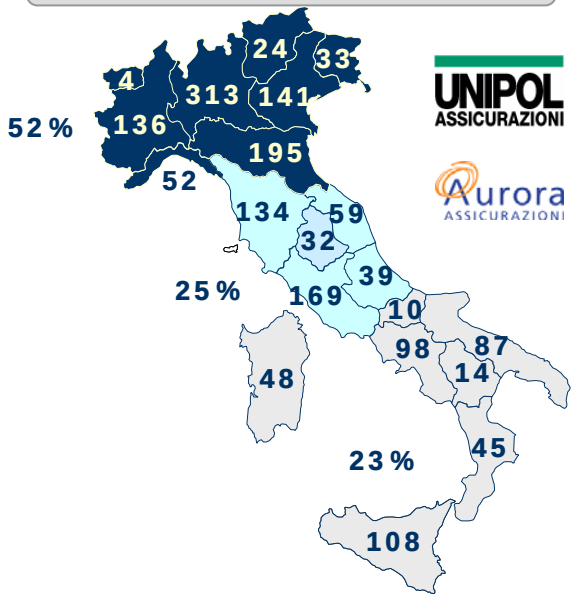


- ✓ **250 filiali (di cui129 integrate con agenzie ass.ve)**
- ✓ **45 negozi finanziari**
- ✓ **300.000 clienti**

- ✓ Rete in **forte crescita**
- ✓ **Presenza sostanzialmente diffusa in Italia** a "macchia di leopardo"

Assicurazione

Rete agenzie del Gruppo Unipol



- ✓ **1.741 agenzie**
- ✓ **~ 4.500 punti vendita**
- ✓ **6,3 milioni di clienti**

- ✓ **Presenza capillare in Italia**
- ✓ **Presenza in tutte le principali città**
- ✓ Elevato **numero medio di clienti per agenzia**

Il Comparto Assicurativo: lo sviluppo 1999-2004

ACQUISIZIONI - 2000

Società acquisita	Quota acquisita	Venditore
meie	51,4%	TELECOM
(OPA) su meie	23,1%	Mercato
AURORA	100%	GENERALI
NAVALE ASSICURAZIONI SpA	98,2%	GENERALI
BNL Vita	50%	GENERALI

Totale Premi:	2.234 EUR/mn
Totale assets:	6.300 EUR/mn
Totale investito:	812 EUR/mn

ACQUISIZIONI - 2003

winterthur 90% CREDIT SUISSE

Totale premi:	1.931 EUR/mn
Totale assets:	5.971 EUR/mn
Totale investito:	1.319 EUR/mn

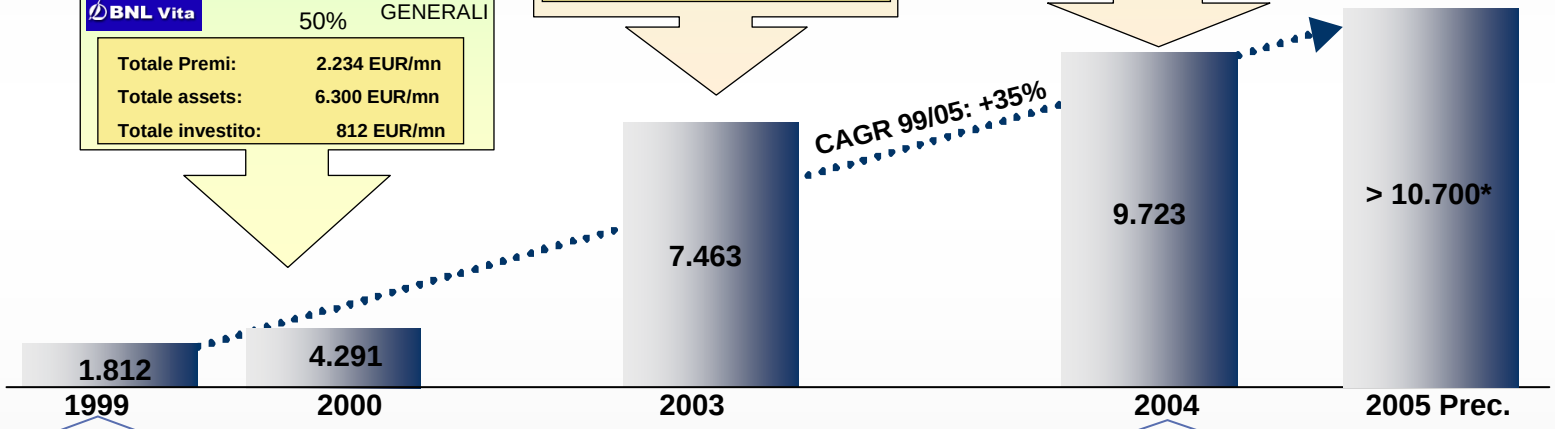
ACQUISIZIONI - 2004

Acquisito il 100% del Gruppo MMI dal Gruppo Mutuelles du Mans Assurances (premi 140 EUR/mn)

FUSIONE - 2004

MMI + winterthur → Aurora ASSICURAZIONI

Totale Premi:	~3.300 EUR/mn
Totale assets:	~9.800 EUR/mn



8° Gruppo nelle classifiche (quota 2,9%)

Premi di Gruppo (EUR/mln) (principi contabili italiani)

3° Gruppo nelle classifiche (quota 9,6%)

* 8,2 EUR/mld calcolato secondo i principi IAS/IFRS

Totale investimenti:	**2.189 EUR/mln**
Total premi acquisiti:	**4.305 EUR/mln**
Totale clienti acquisiti:	**3.200.000**

IN 6 ANNI É SESTUPLICATA LA DIMENSIONE DEL GRUPPO

L'integrazione delle principali società acquisite

Acquisizione meie / AURORA → **Fusione** meie + AURORA → **Acquisizione** winterthur → **Fusione** winterthur + MEIE AURORA ASSICURAZIONI → Aurora ASSICURAZIONI

2000

Premi Totali:
EUR 1.044 mln

Premi Vita / Premi Totali:
23,4%

Agenzie:
718

Combined Ratio:
112,8%

Risultato tecnico (Danni + Vita):
EUR -18,4 mln

Risultato Netto
EUR –13,1 mln

→ Ristrutturazione e riorganizzazione

→ Migrazione sul sistema IT di Unipol

→ Accentramento funzioni chiave

→ Riallineamento del portafoglio e razionalizzazione della rete di vendita

→ Accentramento della gestione Sinistri

2003

Premi Totali:
EUR 1.238 mln

Premi Vita / Premi Totali:
34,3%

Agenzie:
502

Combined Ratio:
95,6%

Risultato tecnico (Danni + Vita):
EUR 43,5 mln

Risultato Netto
EUR 38,3 mln
(+27% rispetto al 2002)

→ Centralizzazione della Gestione risorse e Gestione immobili

→ Riorganizzazione dei fornitori

→ Estensione del sistema IT di Unipol a Winterthur

→ Ottimizzazione delle risorse umane

→ Ristrutturazione operativa

→ Unico sistema di liquidazione sinistri

2004

Premi Totali:
EUR 3.276 mln

Premi Vita / Premi Totali:
34,5%

Agenzie:
1.243

Combined Ratio:
92,4%

Risultato tecnico (Danni + Vita):
EUR 221 mln

Risultato Netto
EUR 145 mln
(+12% rispetto al 2003)

Ritorno sul capitale investito nelle acquisizioni Meie, Aurora e Winterthur

2003
5,19%

2004
7,56%

GRUPPO UNIPOL

Agenda

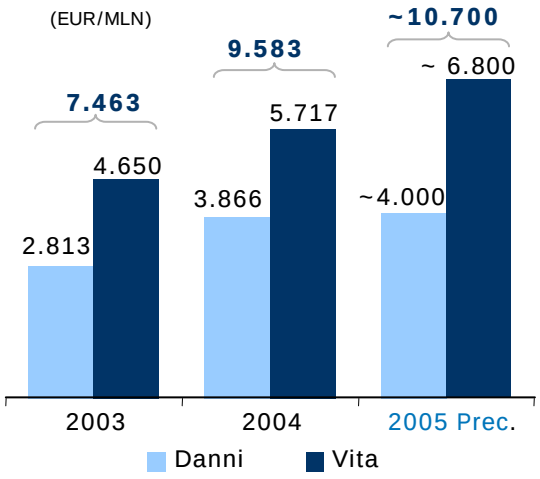
I Introduzione: highlights e storia del Gruppo Unipol

II Il Gruppo Unipol: i risultati

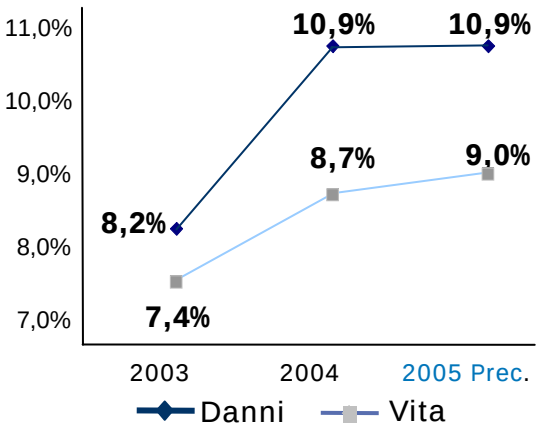
III Unipol Banca ed il modello di rete integrata

Dati chiave finanziari del Gruppo Unipol

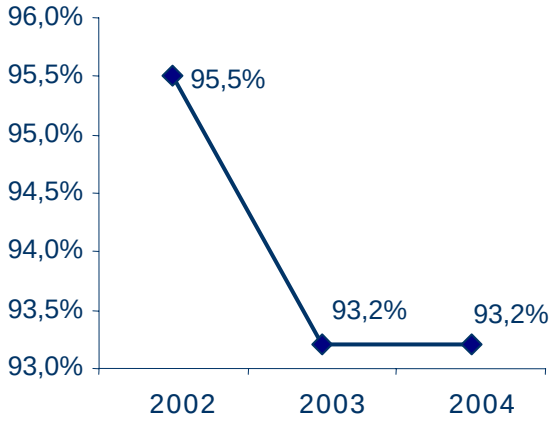
RACCOLTA ASSICURATIVA*



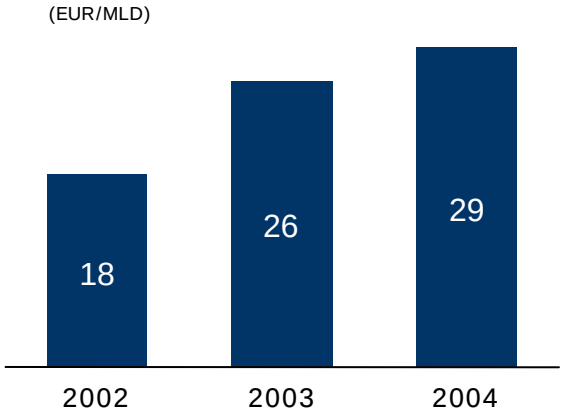
QUOTE DI MERCATO



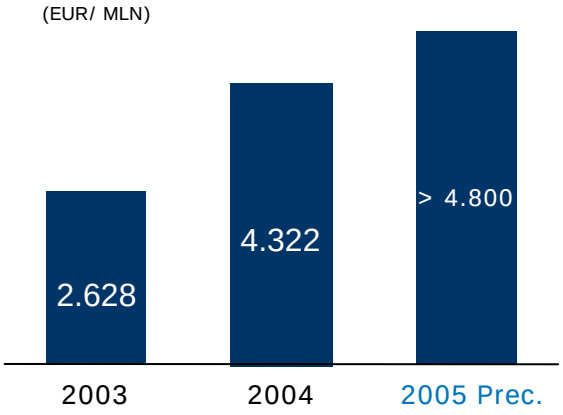
COMBINED RATIO



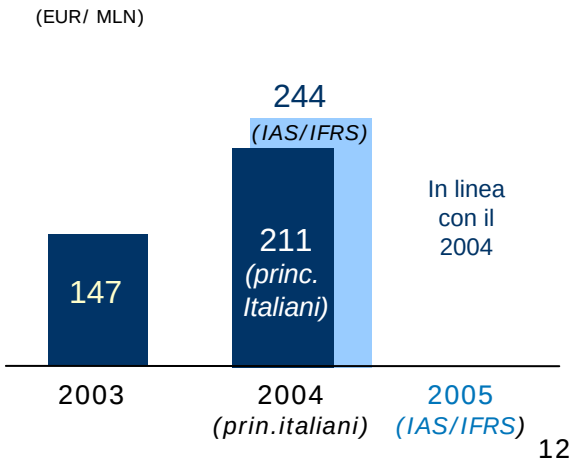
TOTALE INVESTIMENTI (ASSICURAZIONE)



RACCOLTA DIRETTA (BANCA)



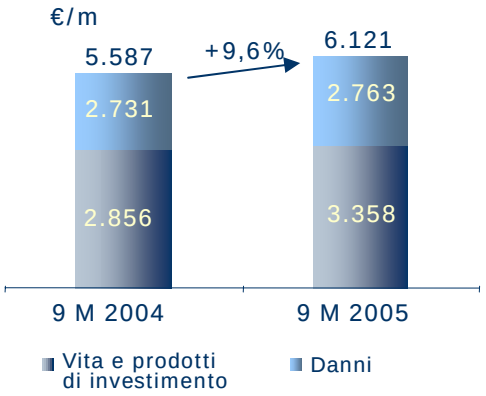
UTILE NETTO



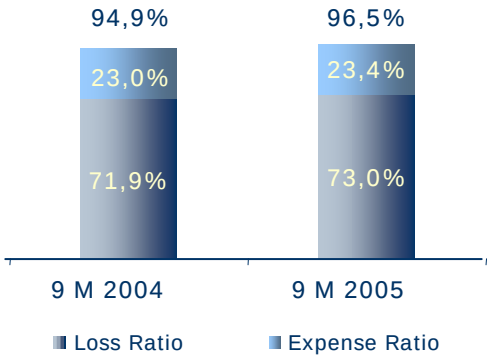
* Corrisponde alla raccolta premi secondo i principi contabili italiani, in vigore fino al 2004

Risultati al 30 settembre 2005

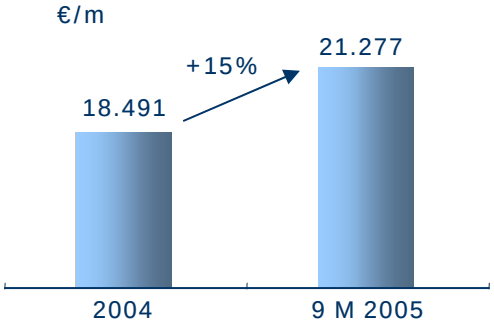
PREMI LAVORO DIRETTO



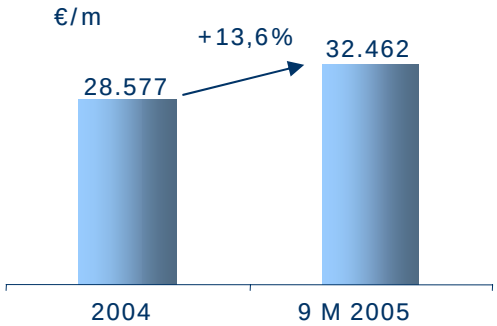
COMBINED RATIO *(principi italiani)*



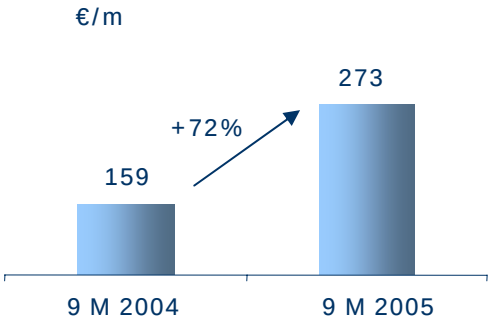
RISERVE TECNICHE



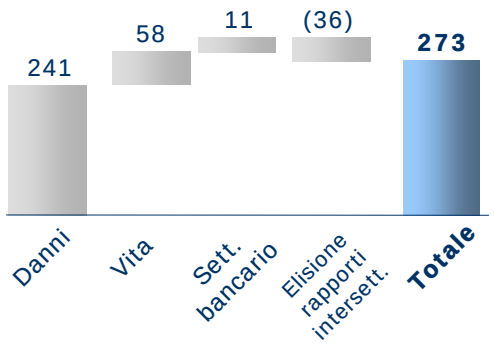
INVESTIMENTI



UTILE CONSOLIDATO



UTILE CONSOLIDATO *Per settori*



Risultati al 30 settembre 2005: sintesi del conto economico consolidato

€/m	DATI AL 30 settembre 2005	DATI AL 30 settembre 2004	DATI DEL 3° trimestre 2005
RICAVI			
Premi netti	5.685	4.559	1.581
Commissioni attive	95	82	39
Proventi netti da strumenti finanziari a *fair value* rilevato a conto economico	441	395	171
Proventi da partecipazioni in controllate, collegate e *joint venture*	15	4	(1)
Proventi da altri strumenti finanziari e investimenti immobiliari	589	359	169
Altri ricavi	60	68	38
Totale ricavi	**6.885**	**5.466**	**1.996**
COSTI			
Oneri netti relativi ai sinistri	(5.323)	(4.171)	(1.463)
Commissioni Passive	(26)	(15)	(20)
Oneri da partecipazioni in controllate, collegate e *joint venture*	(3)	(0)	(3)
Oneri da altri strumenti finanziari e investimenti immobiliari	(178)	(153)	(71)
Spese di gestione	(832)	(760)	(266)
Altri costi	(45)	(82)	(16)
Totale costi	**(6.408)**	**(5.182)**	**(1.839)**
Utile (perdita) prima delle imposte	**478**	**284**	**157**
Imposte	(176)	(110)	(75)
Utile (perdita) consolidato	**302**	**175**	**82**
Utile (perdita) di pertinenza di terzi	29	16	10
Utile (perdita) di pertinenza del Gruppo	**273**	**159**	**72**

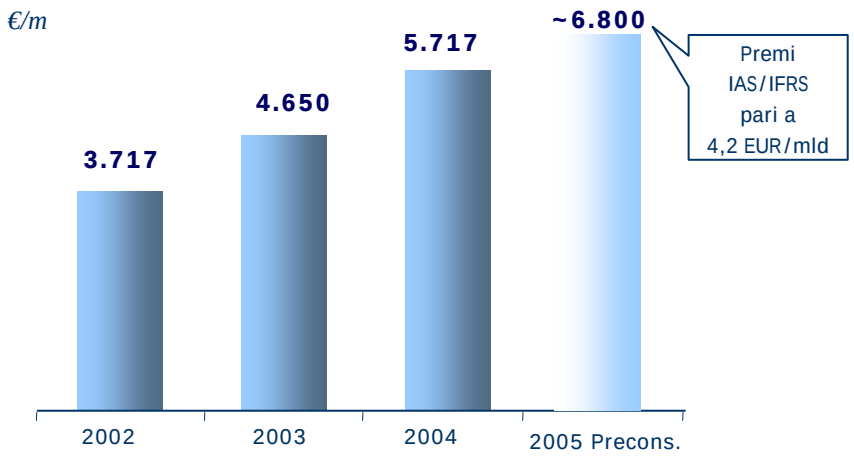
I dati al 30 settembre 2004 derivano da stime ragionevoli e coerenti

Risultati al 30 settembre 2005: sintesi del conto economico consolidato per settori

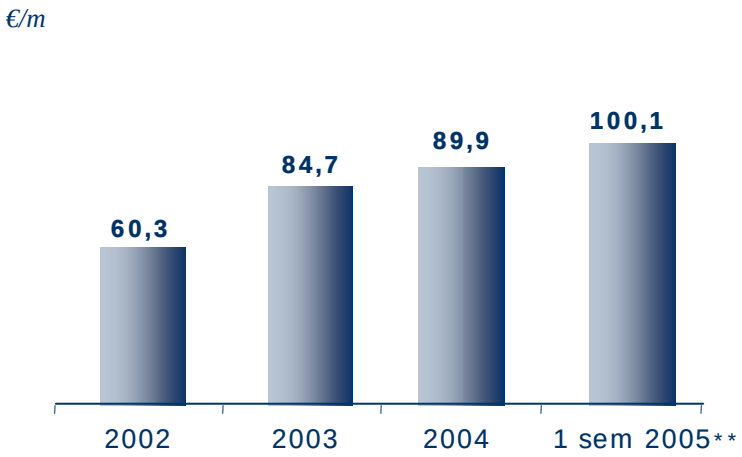
€/m	Settore Assicurativo Danni	Settore Assicurativo Vita	Settore Assicurativo Totale	Settore Bancario	elisioni rapporti intersett.	Totale Gruppo al 30/9/2005
RICAVI						
Premi netti	2.763	2.922	5.685			5.685
Commissioni attive	4	24	28	67		95
Proventi netti derivanti da strumenti finanziari a *fair value* rilevato a conto economico	142	297	439	2		441
Proventi da partecipazioni in controllate, collegate e *joint venture*	33	17	50		(36)	15
Proventi da altri strumenti finanziari e investimenti immobiliari	191	232	423	169	(3)	589
Altri ricavi	27	33	60	15	(15)	60
Totale ricavi	**3.159**	**3.526**	**6.685**	**254**	**(54)**	**6.885**
COSTI						
Oneri netti relativi ai sinistri	(2.040)	(3.285)	(5.325)		2	(5.323)
Commissioni Passive	(1)	(13)	(14)	(12)		(26)
Oneri da partecipazioni in controllate, collegate e *joint venture*	(3)		(3)			(3)
Oneri da altri strumenti finanziari e investimenti immobiliari	(57)	(45)	(102)	(93)	17	(178)
Spese di gestione	(624)	(89)	(713)	(119)		(832)
Altri costi	(12)	(26)	(38)	(7)	1	(45)
Totale costi	**(2.737)**	**(3.459)**	**(6.196)**	**(231)**	**19**	**(6.408)**
Utile (perdita) prima delle imposte	**422**	**67**	**490**	**23**	**(35)**	**478**
Imposte	(155)	(9)	(164)	(11)	(1)	(176)
Utile (perdita) consolidato	**267**	**59**	**326**	**12**	**(35)**	**302**
Utile (perdita) di pertinenza di terzi	26	1	27	1	1	29
Utile (perdita) di pertinenza del Gruppo	**241**	**58**	**299**	**11**	**(36)**	**273**

Dati sul business Vita

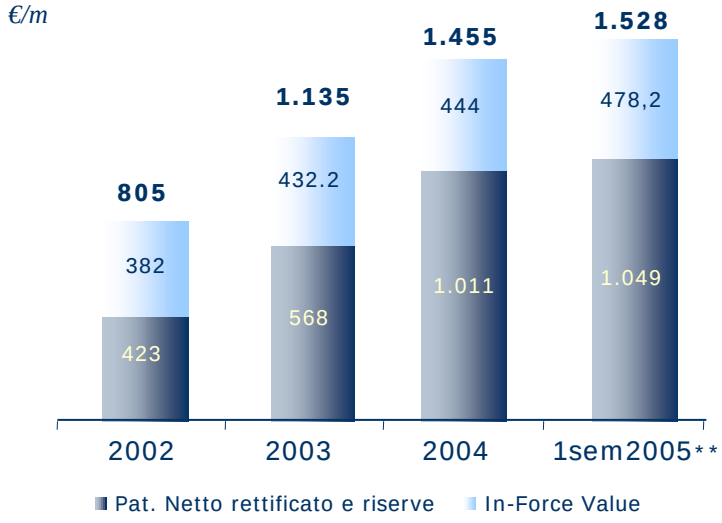
Raccolta Vita *



Valore della Nuova Produzione



Embedded Value Vita



Note

IPOTESI ADOTTATE (2002):
- Tasso di sconto: 7%
- Tasso di rendim.: 5%
- Tax-rate: 35%

IPOTESI ADOTTATE (2003, 2004, 1 sem 2005):
- Tasso di sconto: 6.5%
- Tasso di rendim: 4.5%
- Tax-rate: 35%

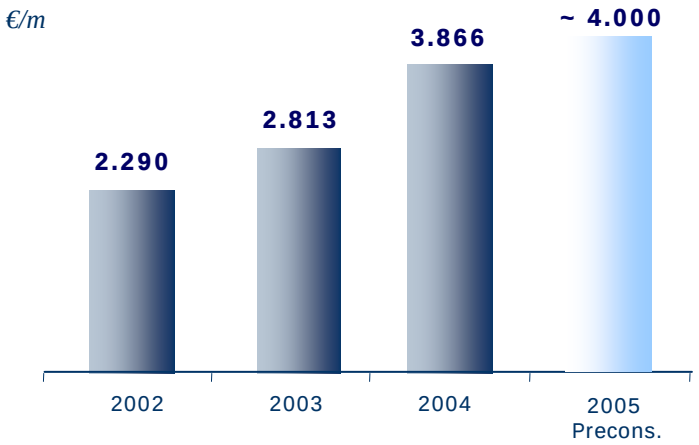
I valori della Nuova Produzione e di 'Embedded Value Vita sono al netto di tasse, importi a beneficio degli assicurati, costo del capitale e terzi.

Fonte: Studio G. Ottaviani e Partners, consulenza attuariale e servizi di revisione.

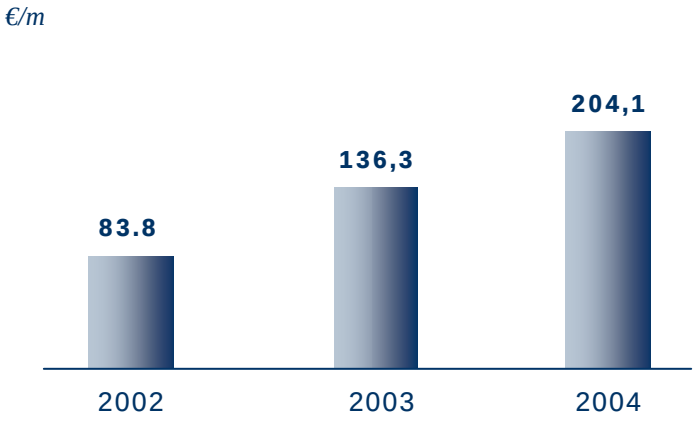
* Corrisponde alla raccolta premi secondo i principi contabili italiani, in vigore fino al 2004
**Dati semestrali annualizzati.

Dati sul business Danni

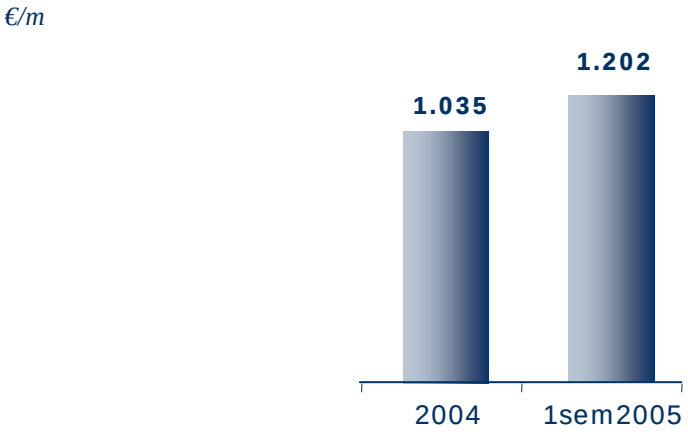
Premi diretti Danni



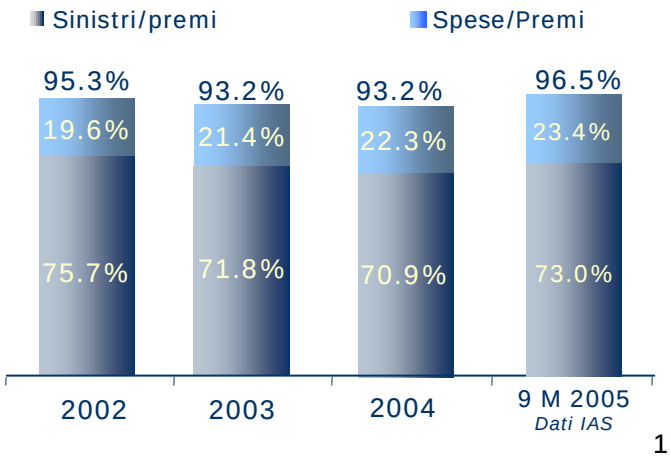
Risultato tecnico Danni



Patrimonio Netto Rettificato Danni

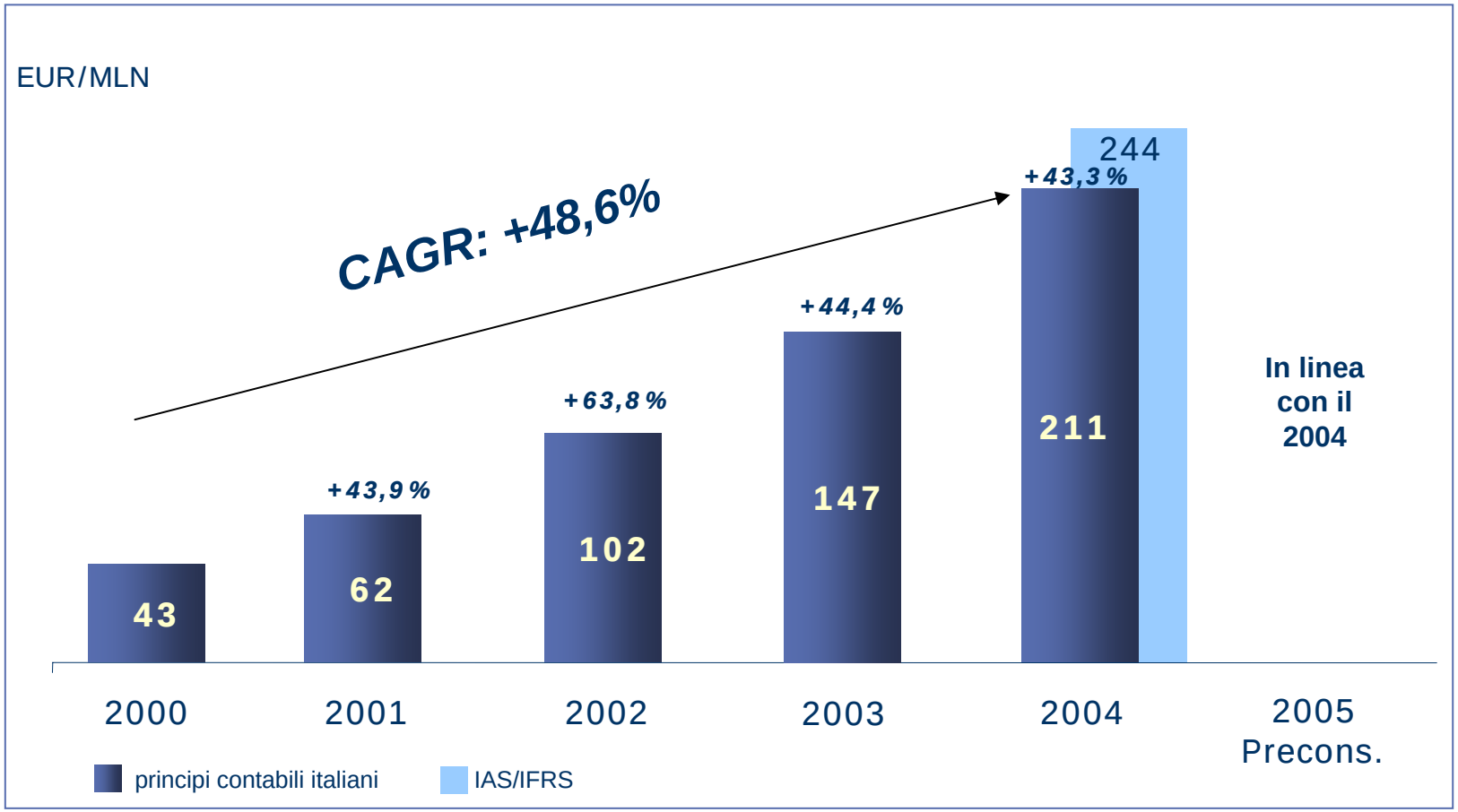


Combined ratio – lavoro diretto



L'evoluzione degli utili

UTILI NETTI DEL GRUPPO UNIPOL



Agenda

I Introduzione: highlights e storia del Gruppo Unipol

II Il Gruppo Unipol: i risultati

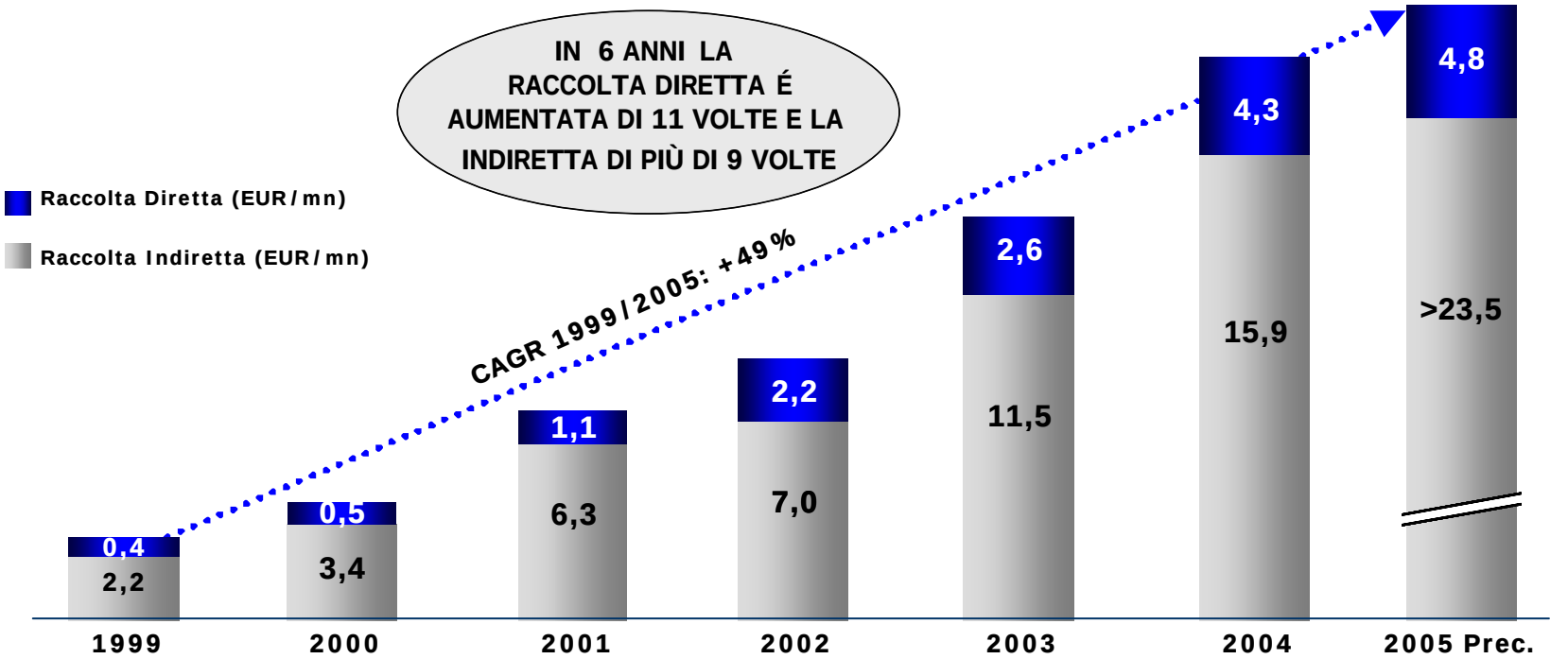
III Unipol Banca ed il modello di rete integrata

Unipol Banca in sintesi

- Unipol Banca nasce nel 1999 con un preciso disegno strategico, inteso allo sfruttamento delle opportunità di cross selling uniche presentate dall'offerta integrata di prodotti bancari e assicurativi presso un solo punto vendita.
- In sette anni di vita ha realizzato una straordinaria crescita operativa e territoriale condotta sia per vie esterne, mediante acquisizione di filiali da altri istituti di credito, sia per vie interne, attraverso l'apertura di nuove filiali.
- Ad oggi conta 250 filiali in 16 regioni d'Italia, 45 negozi finanziari e 440 promotori finanziari.
- Nel 2005, la raccolta diretta ha superato 4,8 miliardi di Euro, mentre gli impieghi, al netto delle cartolarizzazioni, hanno raggiunto i 3,1 miliardi di Euro.
- La significativa crescita della banca, coniugata con il preciso indirizzo strategico, ha consentito la messa a punto di un modello di integrazione delle reti assicurativa e bancaria unico in Italia: il modello di rete integrata.
- In questo contesto, circa il 50% delle filiali è integrato con agenzie assicurative del gruppo, mentre buona parte del restante 50% opera come filiale di riferimento per agenzie assicurative limitrofe (filiale di prossimità).
- Nonostante i notevoli risultati di crescita e redditività già ottenuti, il piano di sviluppo di Unipol Banca è ancora in pieno svolgimento e prevede l'apertura di circa 200 nuove filiali (quasi tutte integrate con agenzie assicurative) entro il 2008.

GRUPPO UNIPOL

Unipol Banca: lo sviluppo 1999-2004



1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005 Prec.
Filiali: 24	Filiali: 36	Filiali: 95	Filiali: 173	Filiali: 185	Filiali: 221	Filiali: 250
Promotori: 132	Promotori: 270	Promotori: 373	Promotori: 408	Promotori: 425	Promotori: 448	Promotori: 440
	Negozi: 17	Negozi: 60	Negozi: 57	Negozi: 53	Negozi: 48	Negozi: 45

Start-up progetto UNIPOL BANCA

Start-up UNIPOL FONDI
Acquisizione di 51 filiali da Banca Intesa
(Prezzo pagato: 205 EUR/mln)

Acquisizione di 60 filiali da Capitalia
(Prezzo pagato: 165 EUR/mln)

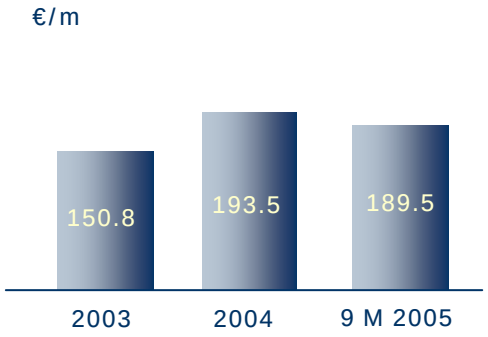
Trasformazione di Unipol Merchant in: UNIPOL MERCHANT BANCA PER LE IMPRESE
Banca specializzata per le imprese
(Mezzi Propri: 108 EUR/mln)

Acquisizione di 22 filiali da Banca Antonveneta

GRUPPO UNIPOL

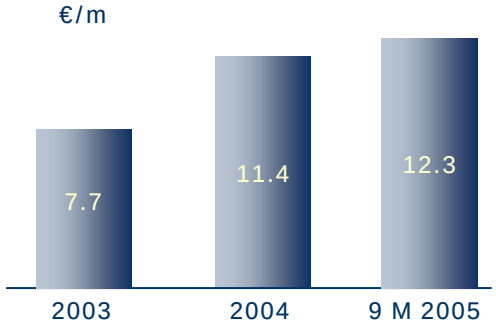
Unipol Banca: dati finanziari (principi contabili italiani)

MARGINE DI INTERMEDIAZIONE

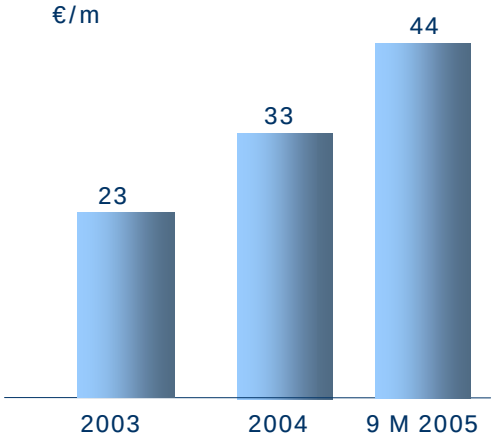


RAPPORTI COSTI/RICAVI OPERATIVI

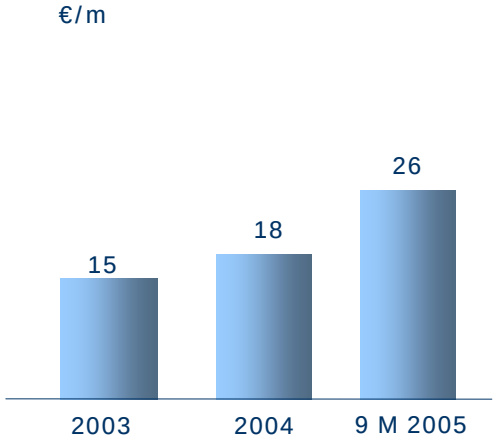
AMMORTAMENTI DEGLI AVVIAMENTI



UTILE LORDO

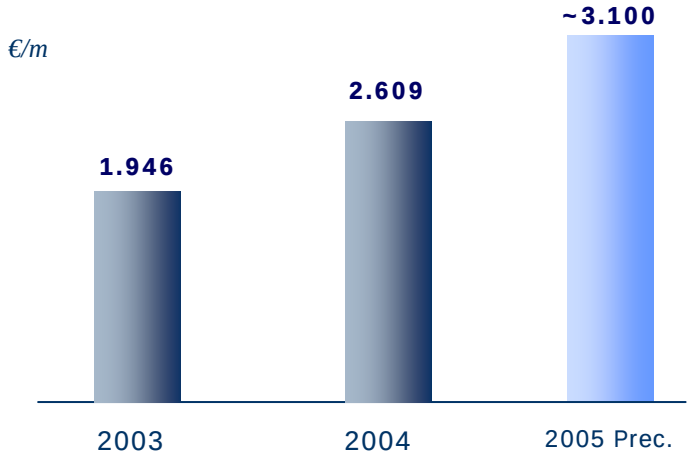


UTILE NETTO

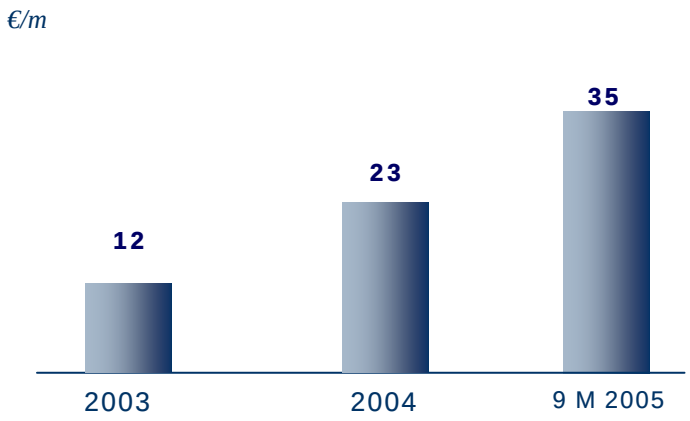


Unipol Banca: dati finanziari – segue (principi cont. italiani)

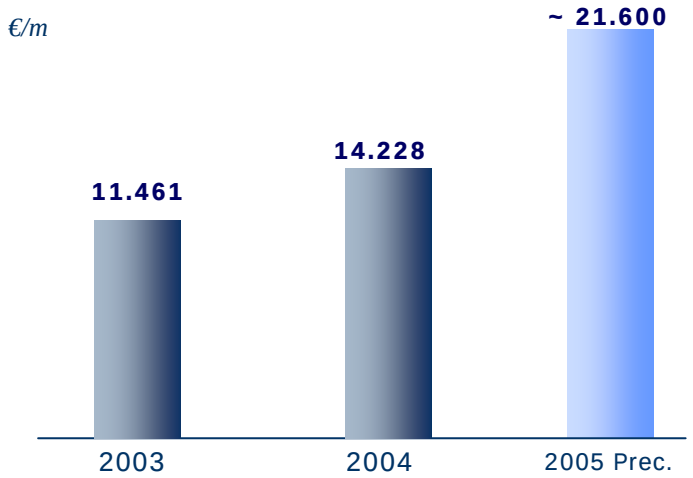
IMPIEGHI
(al netto delle cartolarizzaioni)



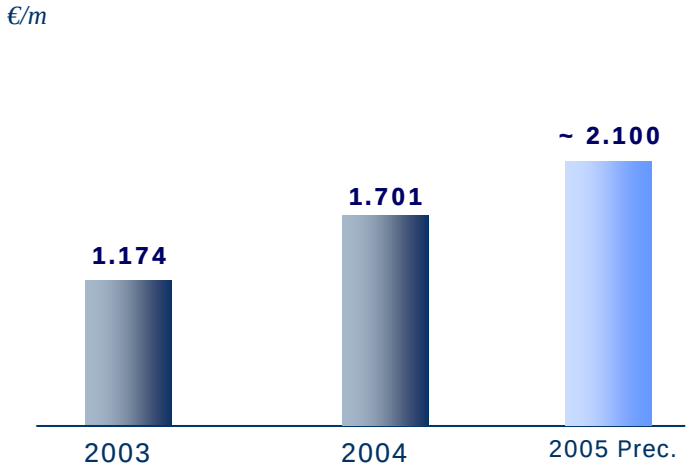
SOFFERENZE NETTE



RACCOLTA AMMINISTRATA

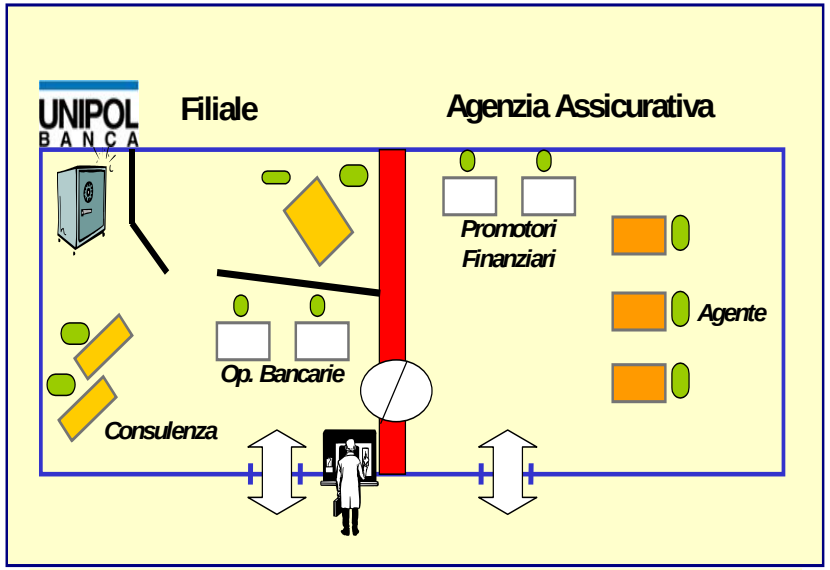


RISPARMIO GESTITO



Unipol Banca:la Filiale Integrata

FILIALE INTEGRATA UNIPOL



Sistema informativo dell'agenzia interconnesso con quello della Banca

Fattori di successo

- ✓ Database di clienti collegato (informazione superiore) +
- ✓ Maggiori occasioni di contatto spontaneo (traffico allo sportello) +
- ✓ Vantaggi logistici (*one stop shop*) con offerta completa di prodotti =

PIÙ QUALITÀ E QUANTITA' NEI CONTATTI

- ✓ Vantaggi del mix di prodotto e di prezzo +
- ✓ Fidelizzazione dei clienti +
- ✓ Immagine e notorietà del brand =

MAGGIOR RITORNO COMMERCIALE
(tasso di successo nei contatti circa quattro volte superiore alla media)

Filiale bancaria

- ✓ Cross-Selling sui clienti dell'agenzia assicurativa di:
  - ❑ conti correnti
  - ❑ mutui / prestiti personali
  - ❑ risparmio gestito
  - ❑ finanziamenti per le imprese
- ✓ Corresponsione di commissioni sulla promozione di prodotti bancari all'agente

Relazione formalizzata con un contratto quadro, ormai consolidato, approvato dalle organizzazioni degli agenti

Agenzia assicurativa

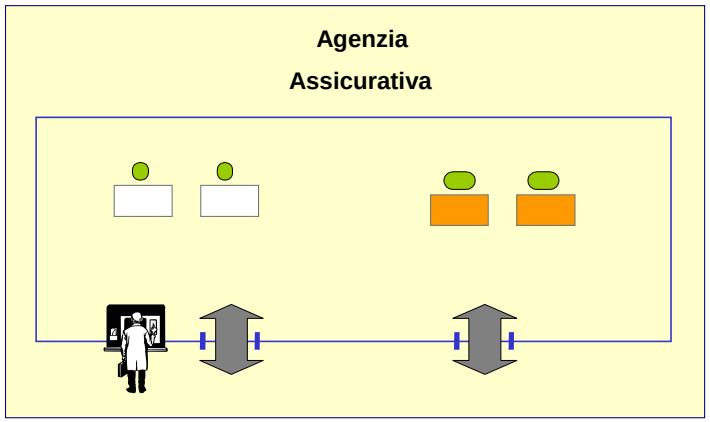
- ✓ Cross-Selling di prodotti assicurativi (danni, previdenza, sanità) su clienti della filiale bancaria, una volta divenuti rilevanti
- ✓ Incasso di commissioni su promozione di cross-selling bancario

GRUPPO UNIPOL

Unipol Banca: dall'Agenzia Abilitata alla Filiale Integrata

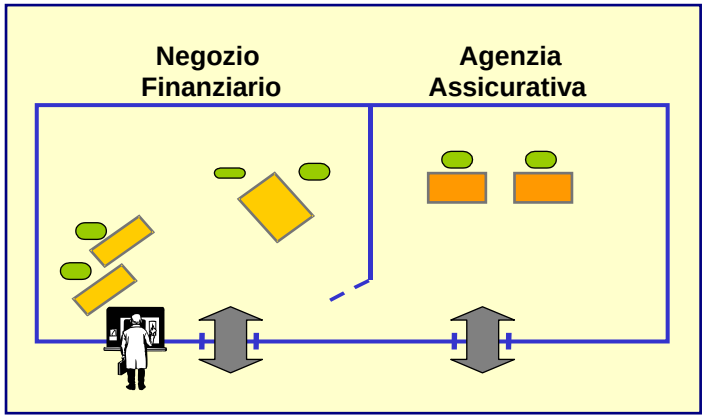
AGENZIA ASSICURATIVA ABILITATA

Può operare in collegamento con il sistema IT della banca e quindi vendere prodotti bancari



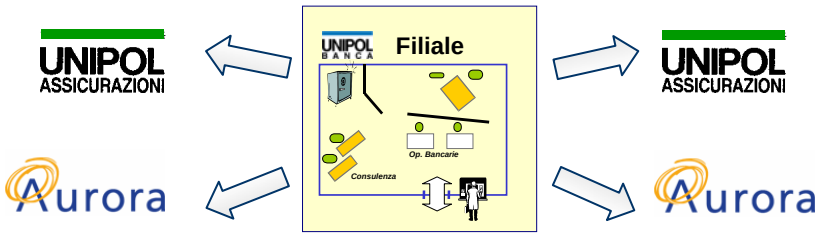
AGENZIA CON ATTIGUO NEGOZIO FINANZIARIO

Propedeutica alla filiale integrata



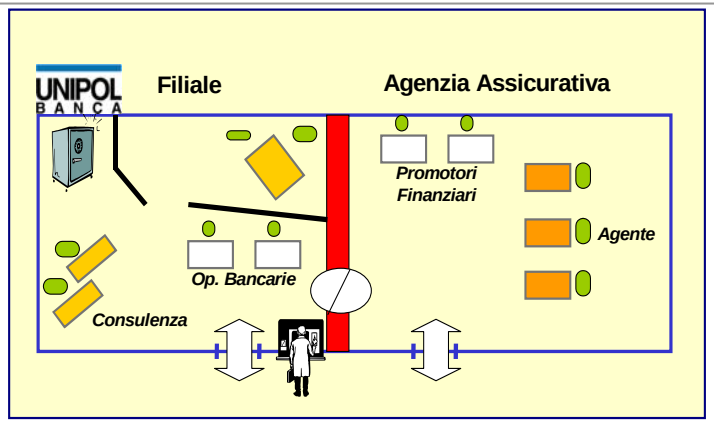
FILIALE DI PROSSIMITA'

Baricentrica rispetto a due o più Agenzie del Gruppo. Tende a trasformarsi in filiale integrata superati i requisiti logistici.



FILIALE INTEGRATA

Massima sinergia e *cross selling*



Presupposti per l'apertura delle filiali integrate: l'apertura del Negozio Finanziario

L'apertura di un negozio finanziario consegue ad una decisione già assunta di successiva evoluzione in filiale bancaria

- Dimensione media di 150/200 metri quadrati per la sola porzione che evolverà in filiale bancaria
- Ubicazione coerente con i piani territoriali della Banca
- Nel negozio finanziario inizialmente si installano i promotori finanziari dell'agenzia
- L'apertura avviene previa condivisione degli obiettivi commerciali con l'agente volti a pianificare l'evoluzione nell'arco dei successivi 12/18 mesi, con sottoscrizione di un impegno produttivo minimo da parte dell'agente
- Investimento iniziale contenuto ed in parte a carico dell'agenzia, sulla base di precise regole di suddivisione delle diverse voci coinvolte

Limitato investimento iniziale e costi ricorrenti quasi nulli per la banca, con al contempo forti premesse commerciali per la rapida evoluzione in filiale integrata e break even della stessa

Presupposti per l'apertura delle filiali integrate: evoluzione del Negozio Finanziario in Filiale Integrata

Il negozio finanziario evolve in filiale integrata alle seguenti condizioni:

a. I promotori hanno già aperto almeno 150 conti correnti;

b. Impegno dell'agenzia integrata a raggiungere un numero complessivo di 350 conti correnti entro 12 mesi dall'apertura della filiale;

c. Impegno dell'agenzia integrata al raggiungimento di un numero minimo di 480 conti correnti entro 18 mesi dall'apertura; il coefficiente di penetrazione della Banca sui clienti che insistono sull'Agenzia integrata non dovrà comunque essere inferiore al 15% (benchmark);

d. Impegno alla promozione dell'attività commerciale della Filiale nei confronti della clientela assicurativa con Partite Iva finalizzata all'apertura di almeno 120 rapporti entro 18 mesi dal lancio della filiale;

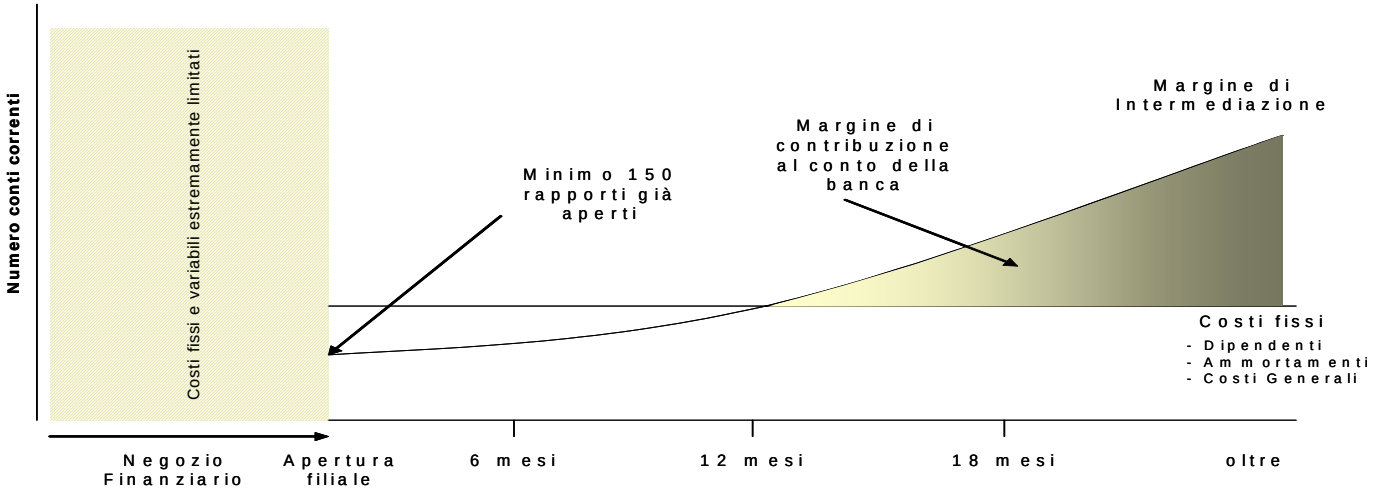
e. Impegno al raggiungimento di una penetrazione del 30% sulla clientela del punto vendita integrato entro 42 mesi dall'apertura della filiale.

Break even della filiale integrata in 9-12 mesi, e successiva contribuzione positiva e crescente, fondata su solide basi di partenza ed impegni precisi con gli agenti per l'ulteriore sviluppo

GRUPPO UNIPOL

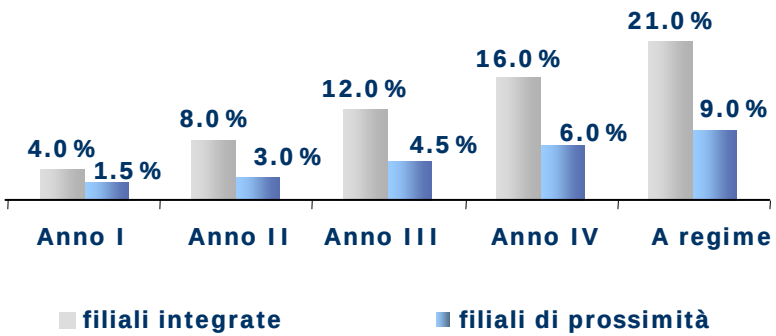
Modello di integrazione

Break-even della filiale integrata e contributo al conto economico della Banca

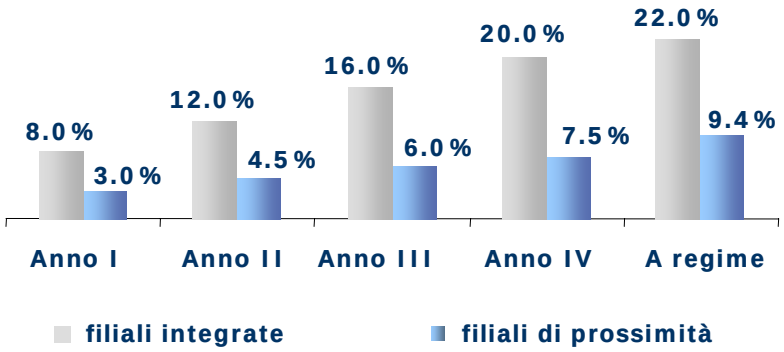


Cross-selling: risultati raggiunti

Cross-selling (da assicurazione a banca)



Cross-selling (da banca a assicurazione)



Unipol Banca: la rete integrata in sintesi. Un modello già sperimentato con successo

IL MODELLO DI RETE INTEGRATA : RISULTATI CONSEGUITI E CRESCITA ATTESA	
Rapido sviluppo ed entrata a regime delle Filiali (Migrazione di clienti assicurativi quali clienti bancari)	Grazie al know how maturato ed agli accordi preventivi raggiunti con gli agenti, il periodo di ***break-even* per le filiali di nuova apertura** si è ormai consolidato **in 12 mesi** circa (in alcuni casi **9 mesi**). Nelle filiali ormai consolidate **il livello di *cross-selling*** (clientela assicurativa delle agenzie integrate che è divenuta cliente della Banca) **ha superato il 30%** ed è ancora in crescita. Anche per le **filiali acquisiste il processo di messa "a reddito" è stato molto rapido** (ricomposizione degli impieghi ed allineamento ai criteri di Unipol).
L'Agente è fra i fautori del successo	In media il **34%** dei clienti di una singola filiale bancaria integrata è stato **introdotto / presentato dal canale Agenzie**, con punte che raggiungono il 52%.
Migrazione di clienti bancari quali clienti assicurativi	Gli stessi fattori di successo della filiale integrata si traducono in un **importante flusso di migrazione di clienti bancari in clienti assicurativi**. Tassi di *cross selling* medi tendenzialmente superiori a quelli di segno inverso, grazie anche ai minori vincoli all'uscita per i clienti assicurativi.
***Expertise* ormai consolidata nella realizzazione delle integrazioni**	Ridotto a **soli 6 mesi** il tempo necessario per la **realizzazione di un progetto di integrazione** di una filiale (più che dimezzato rispetto alle prime esperienze).
Contratto quadro approvato dagli agenti	Le relazioni tra agenzie e filiali bancarie sono state codificate in un contratto quadro approvato dagli agenti, frutto di una consolidata collaborazione tra i diversi attori coinvolti

AVVISO

Nella presentazione sono contenute informazioni relative a previsioni di dati, risultati ed eventi che riflettono l'attuale visione del management, ma che potrebbero anche parzialmente discostarsi da quanto effettivamente si realizzerà a causa di eventi, rischi, fattori di mercato non noti o non prevedibili allo stato attuale.