



SwissLife

Pronti per il futuro.



**Conferenza stampa**  
**Swiss Life rafforza la propria posizione sul mercato svizzero**

Zurigo, 1° febbraio 2005

# Programma

- |   |                   |
|---|-------------------|
| <b>1. Riuscita concretizzazione della strategia</b> | <b>Rolf Dörig</b> |
| 2. Consolidata la posizione sul mercato svizzero    | Paul Müller       |
| 3. Riepilogo e prospettive                          | Rolf Dörig        |
| 4. Domande  |                   |

# Obiettivi strategici conseguiti nel 2004

Concentrazione sul core business – Crescita redditizia



## Focalizzazione

Concentrazione sul core business e su mercati scelti

## Crescita

Crescita e aumento delle quote di mercato in Svizzera e all'estero

## Profittabilità

Realizzazione di risparmi sui costi e riduzione dei costi operativi

## Qualità dei servizi

Miglioramento della qualità delle prestazioni e dei servizi

# Focalizzazione su previdenza e settore Vita



Disinvestimento dai settori non rientranti nel core business

2003

Aprile

**Profitline: vendita attività relative ai fondi d'investimento, integrazione ramo Vita**

Maggio

**Vendita della STG Società Fiduciaria Svizzera**

Agosto

**Vendita della filiale in Spagna**

2004

Febbraio

**Vendita del settore Private Equity per conto di terzi**

Giugno

**Separazione di Banca del Gottardo dalla società d'assicurazione**

Dicembre

**Vendita del settore assicurativo in Gran Bretagna**

# Programma



1. Riuscita concretizzazione della strategia Rolf Dörig

**2. Consolidata la posizione sul mercato svizzero Paul Müller**

3. Riepilogo e prospettive Rolf Dörig

4. Domande

# Consolidamento del core business

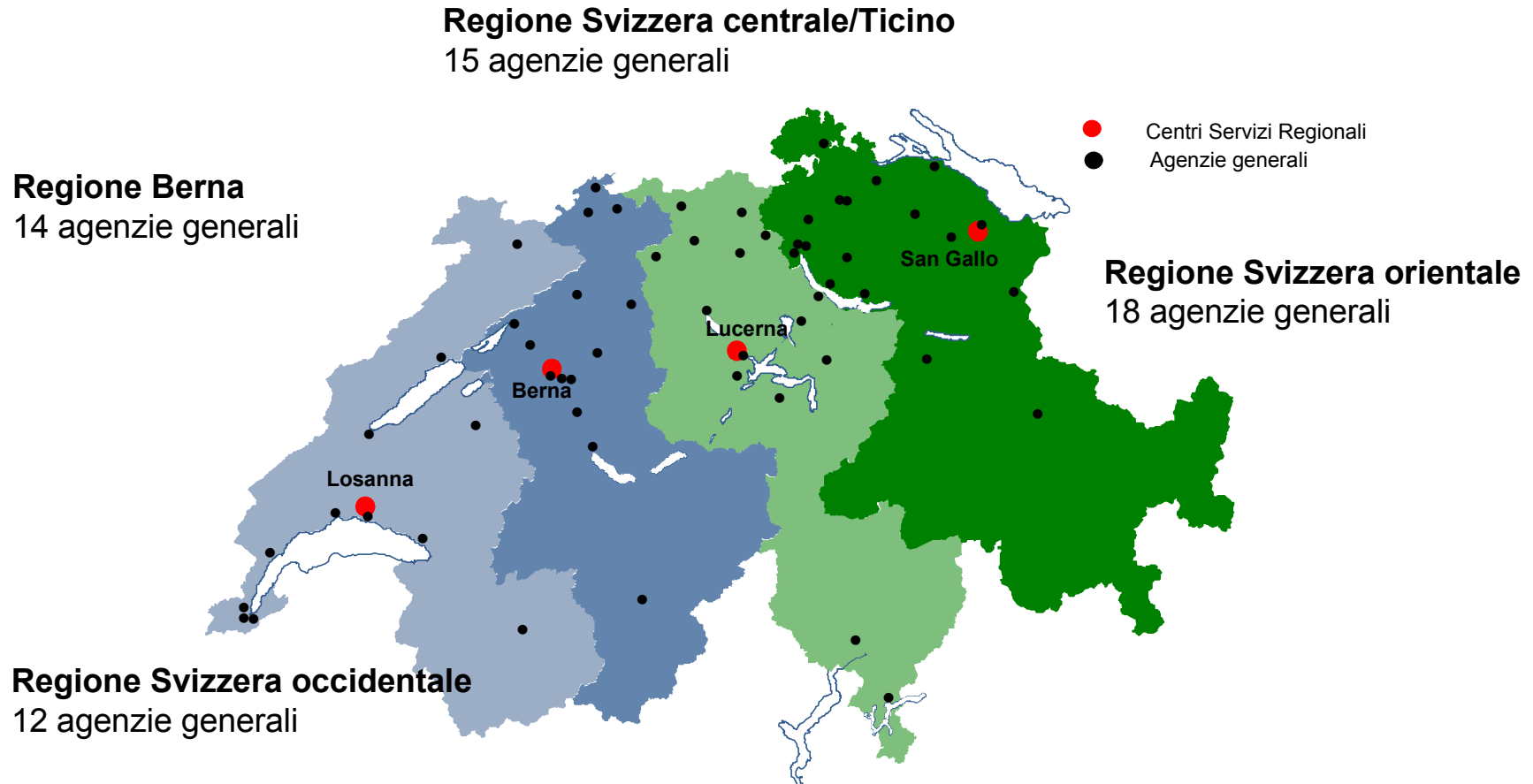
Vendita del ramo Non vita – Cooperazioni di vendita con diversi partner



- **Concentrazione sul marchio Swiss Life nel mercato svizzero**
- **Ruolo di spicco in quanto offerente leader nei rami Vita e Previdenza**
- **Rafforzamento della vendita e del servizio esterno**
- **Maggiore efficienza eliminando i parallelismi**

# Integrazione delle organizzazioni di vendita

Nuova rete di vendita Swiss Life con 780 consulenti in 59 agenzie generali



- Maggiore impatto di vendita grazie al servizio esterno integrato
- Sfruttamento mirato del potenziale in regioni interessanti



# Trasferimenti dei portafogli

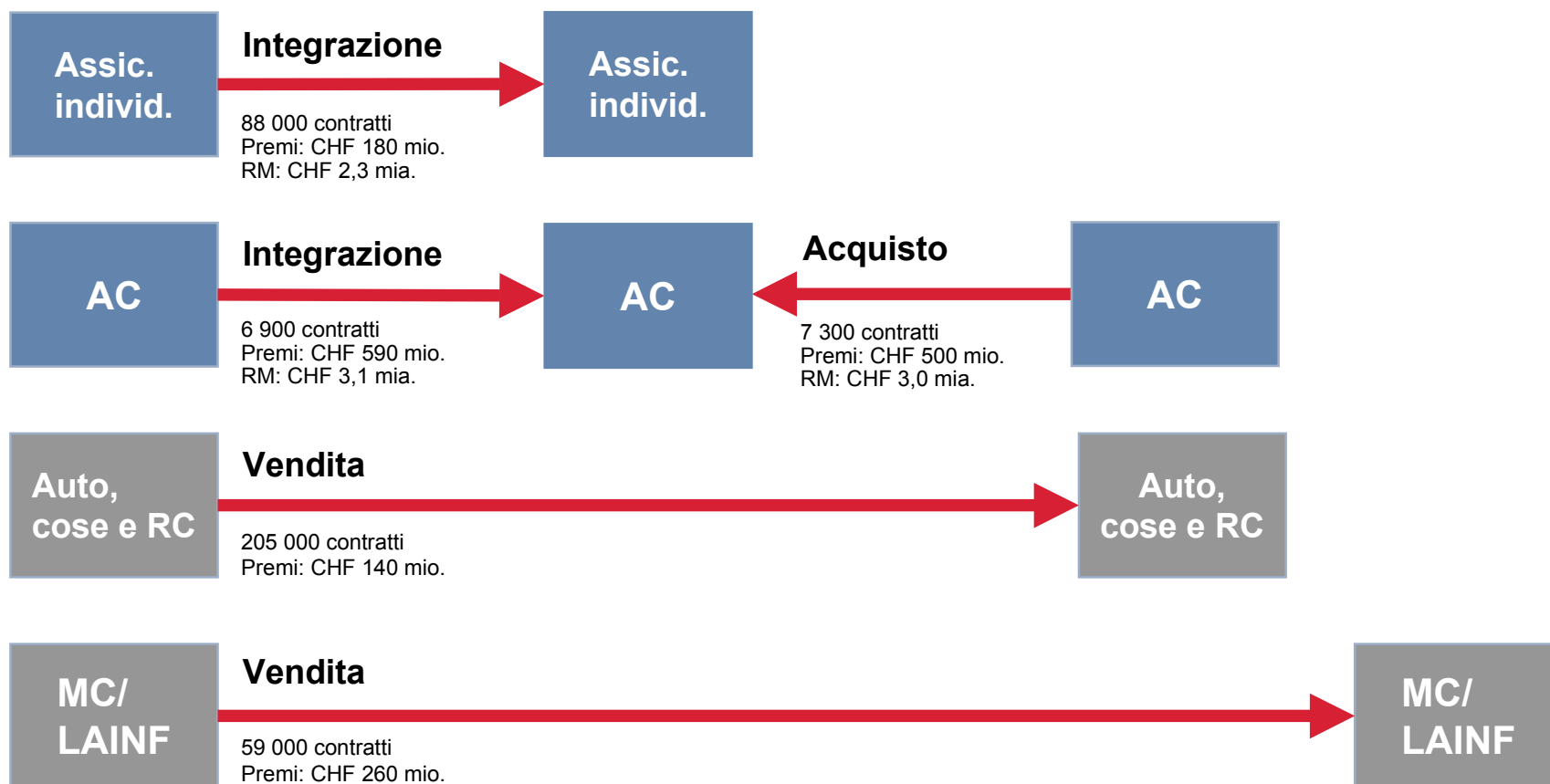
Panoramica su tutte le transazioni (cifre: base 2003)



«La Suisse»



HELSANA



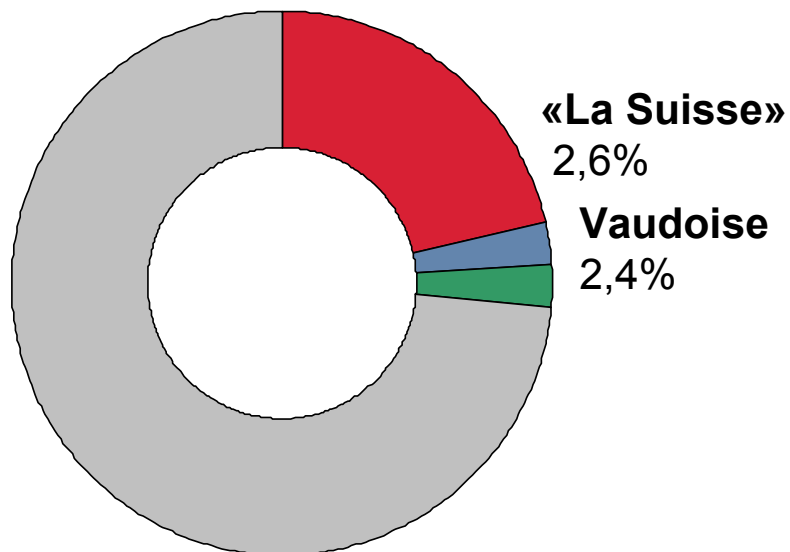
Tutte le transazioni previa autorizzazione da parte delle autorità di vigilanza.

# Miglioramento della posizione sul mercato

Quote di mercato settore Vita 2003

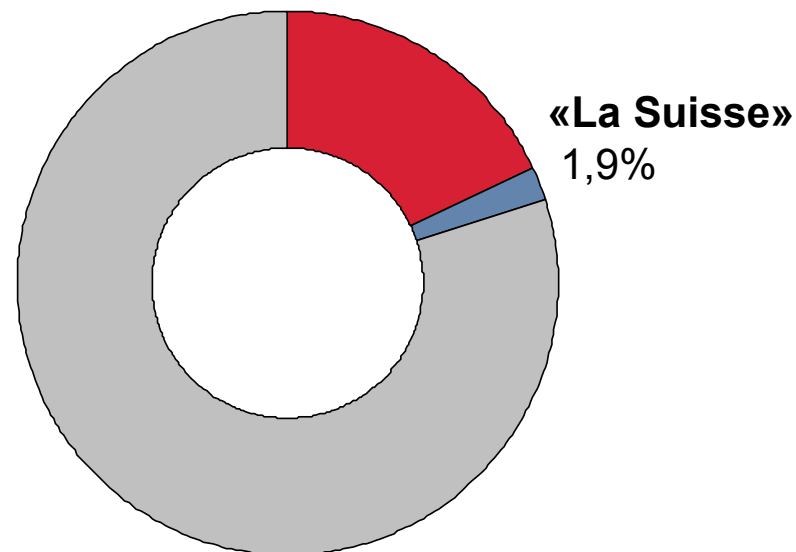
**Assicurazione collettiva (AC):**  
**26,4%**

**Swiss Life**  
21,4%



**Assicurazione individuale:**  
**19,8%**

**Swiss Life**  
17,9%



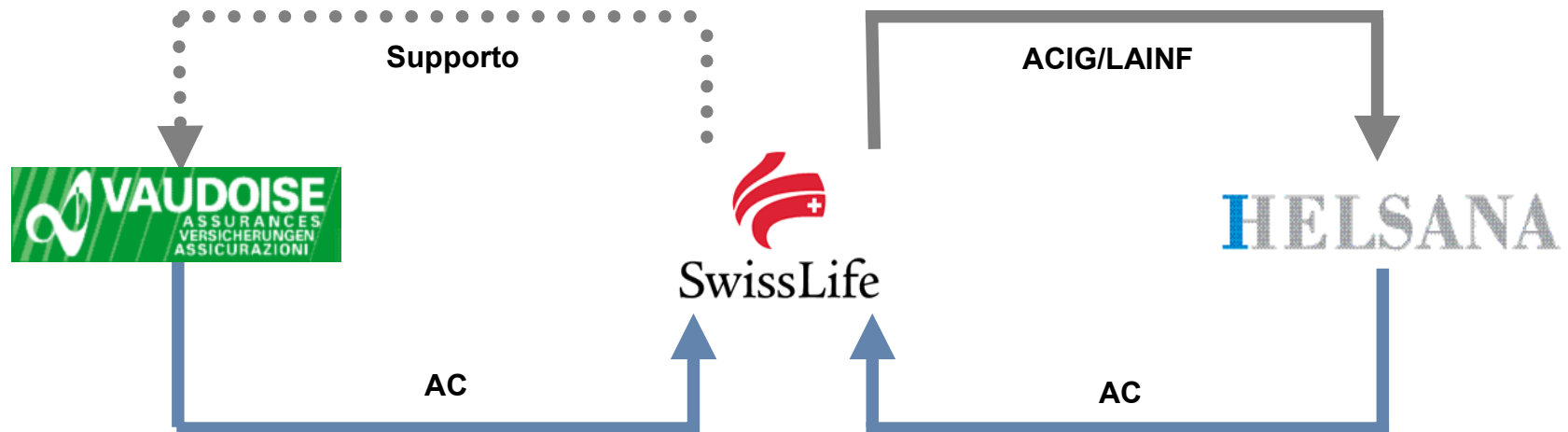
Fonte: Ufficio federale delle assicurazioni private

# Cooperazioni di vendita reciproche

Nuovi canali di vendita per una futura crescita

**Swiss Life** supporta la Vaudoise nel ramo collettivo.

**Swiss Life** vende soluzioni ACIG/LAINF di Helsana e offre la propria assistenza (con protezione del portafoglio).



La **Vaudoise** vende soluzioni in ambito collettivo/LPP di Swiss Life e offre la propria assistenza (con protezione del portafoglio).

**Helsana** offre ai propri clienti soluzioni in ambito collettivo di Swiss Life (settore LPP).

# Continuità per i clienti

Vengono adempiti gli obblighi di «La Suisse»



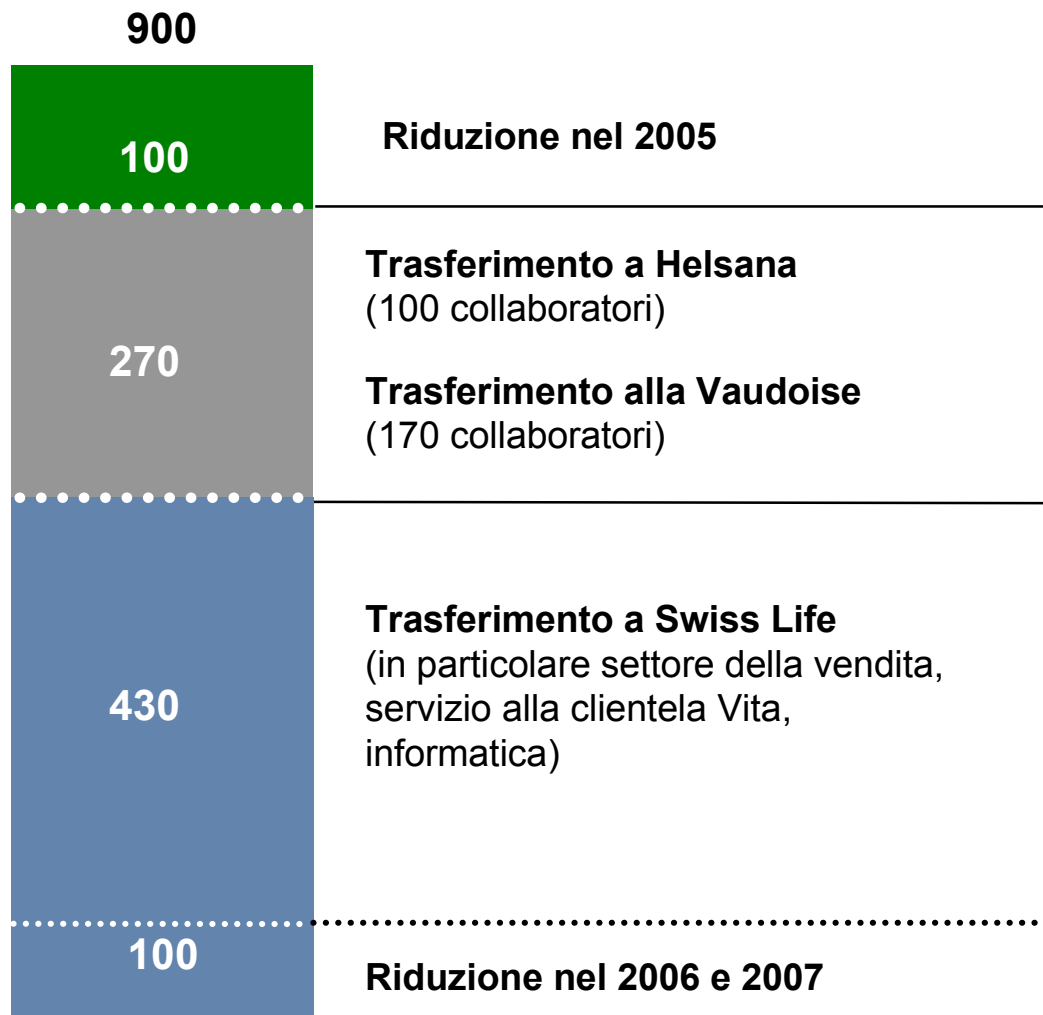
Nel corso della durata stabilita le prestazioni e le condizioni degli attuali contratti rimangono immutate.

Swiss Life, la Vaudoise e Helsana si assumono i diritti e gli obblighi derivanti da contratti conclusi da «La Suisse».

Di regola, i clienti continuano a far capo al proprio interlocutore.

# I posti di lavoro sono perlopiù mantenuti

Nel 2005 riduzione di 100 unità - nel 2006 e 2007 di altre 100 unità



# Consulenza individuale alle persone interessate

Entro tre mesi i collaboratori conoscono il proprio futuro professionale



## Assistenza individuale

Un consulente personale assiste le persone interessate nel riorientamento professionale.

## Tempo per la ricerca di un posto di lavoro

Per quattro mesi le persone interessate possono dedicarsi esclusivamente alla ricerca di un posto di lavoro.

## Infrastruttura e strumenti ausiliari

Le persone interessate possono usare l'infrastruttura dell'ufficio per la ricerca di un posto di lavoro.

## Agevolazioni di partenza

In caso di partenza anticipata gli obblighi vengono disciplinati in maniera conciliante.

## Pensionamenti anticipati

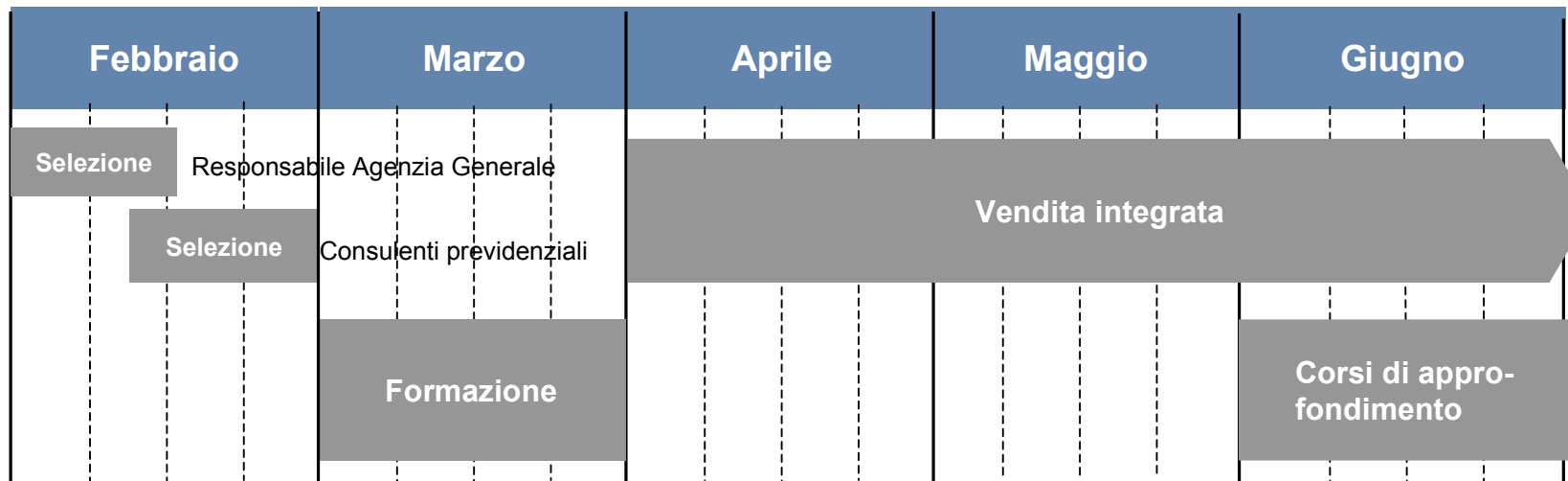
Eccezione: Swiss Life partecipa alle spese in caso di pensionamento anticipato o flessibile.

## Indennità di partenza

Eccezione: Swiss Life versa un'indennità, p.es. in caso di passaggio a un'attività indipendente.

# Rapida concretizzazione nel settore di vendita

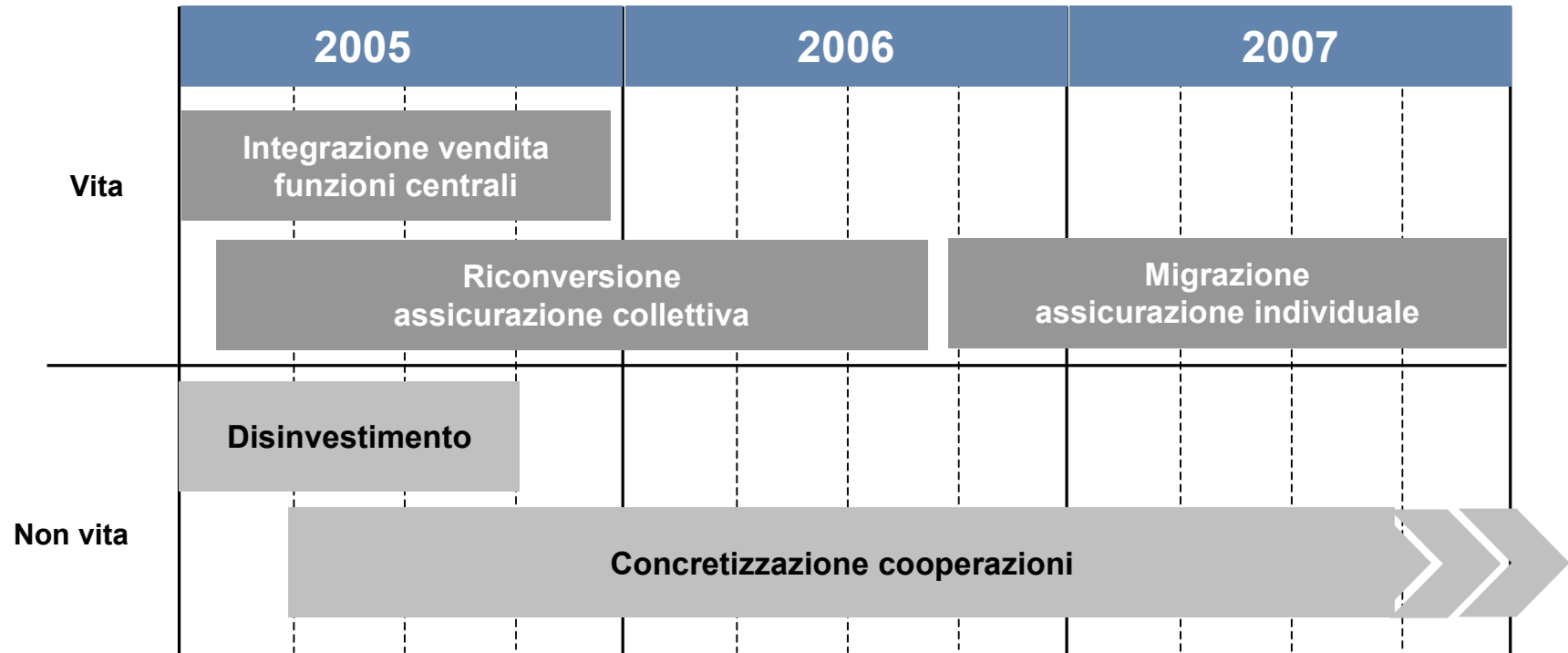
Operativi a partire da aprile 2005



- A inizio aprile 2005 Swiss Life e «La Suisse» uniscono il settore di vendita sotto il marchio Swiss Life
- Programmi di formazione per consulenti previdenziali di «La Suisse»
- Supporto per i consulenti della Vaudoise nella vendita di prodotti Swiss Life

# Progressiva integrazione

Tappe della concretizzazione



- Riconversione dei portafogli Vita collettiva in due tappe
- Cooperazione a partire dal primo trimestre 2005, dopo la formazione



# Programma

1. Riuscita concretizzazione della strategia Rolf Dörig
2. Consolidata la posizione sul mercato svizzero Paul Müller
- 3. Riepilogo e prospettive Rolf Dörig**
4. Domande

# Consolidata posizione sul mercato svizzero (I/II)



## Importante tappa nella concretizzazione della strategia

- Rafforzamento del settore Vita, disinvestimento dal settore Non vita
- Concentrazione sul marchio Swiss Life

## Notevole rafforzamento della vendita

- Un unico servizio esterno anziché due organizzazioni concorrenti
- Ottimizzazione della rete di ubicazioni, soppressione di parallelismi

## Accesso mirato a nuovi canali di vendita

- Cooperazione di vendita reciproca con Helsana
- La Vaudoise vende in esclusiva soluzioni LPP di Swiss Life

# Consolidata posizione sul mercato svizzero (II/II)



## Continuità per i clienti

- I contratti/le polizze dei clienti rimangono in vigore
- Di regola gli attuali interlocutori continuano a seguire i propri clienti

## Garanzia sostanziale dei posti di lavoro

- Riduzione di 100 posti di lavoro nel 2005 e di altri 100 nel 2006 e 2007
- Assistenza individuale alle collaboratrici e ai collaboratori interessati dalla riduzione dei posti di lavoro

## Vantaggi economici

- Risparmi sui costi nella misura di CHF 70 milioni annui a partire dal 2007
- Maggior volume dei premi ad evoluzione dei costi in proporzione inferiore

## **Swiss Life – sulla buona rotta**

Concretizzare sistematicamente la strategia

Conseguire una crescita redditizia e duratura

Incrementare ulteriormente la solidità finanziaria

# Programma

1. Riuscita concretizzazione della strategia Rolf Dörig
2. Consolidata la posizione sul mercato svizzero Paul Müller
3. Riepilogo e prospettive Rolf Dörig

## **4. Domande**



SwissLife

Pronti per il futuro.

# Contatti



Media Relations Hotline

Tel. +41 (43) 284 77 77

E-mail: [media.relations@swisslife.ch](mailto:media.relations@swisslife.ch)

Iris Welten

Tel. +41 (43) 284 67 67

Responsabile Investor Relations

E-mail: [iris.welten@swisslife.ch](mailto:iris.welten@swisslife.ch)

Fabrizio Croce

Tel. +41 (43) 284 49 19

Manager Investor Relations

E-mail: [fabrizio.croce@swisslife.ch](mailto:fabrizio.croce@swisslife.ch)

**Visitate il nostro sito**

**[www.swisslife.com](http://www.swisslife.com)**

# Cautionary statement regarding forward-looking information



This presentation is made by Swiss Life and may not be copied, altered, offered, sold or otherwise distributed to any other person by any recipient without the consent of Swiss Life. Although all reasonable effort has been made to ensure the facts stated herein are accurate and that the opinions contained herein are fair and reasonable, this document is selective in nature and is intended to provide an introduction to, and overview of, the business of Swiss Life. Where any information and statistics are quoted from any external source, such information or statistics should not be interpreted as having been adopted or endorsed by Swiss Life as being accurate. Neither Swiss Life nor any of its directors, officers, employees and advisors nor any other person shall have any liability whatsoever for loss howsoever arising, directly or indirectly, from any use of this information. The facts and information contained herein are as up to date as is reasonably possible and may be subject to revision in the future. Neither Swiss Life nor any of its directors, officers, employees or advisors nor any other person makes any representation or warranty, express or implied, as to the accuracy or completeness of the information contained in this presentation. Neither Swiss Life nor any of its directors, officers, employees and advisors nor any other person shall have any liability whatsoever for loss howsoever arising, directly or indirectly, from any use of this presentation. This presentation may contain projections or other forward-looking statements related to Swiss Life that involve risks and uncertainties. Readers are cautioned that these statements are only projections and may differ materially from actual future results or events. All forward-looking statements are based on information available to Swiss Life on the date of its posting and Swiss Life assumes no obligation to update such statements unless otherwise required by applicable law. This presentation does not constitute an offer or invitation to subscribe for, or purchase, any shares of Swiss Life.