



04.04.2016
PERSBERICHT

Generali Belgium sluit 2015 uitstekend af met tweecijferige groei

Brussel, 4 april 2016 – Generali Belgium sloot het jaar 2015 af met een uitzonderlijke tweecijferige groei van 12,2% in een krimpemde verzekeringsmarkt. De verzekeraar tekende vorig jaar een totaal van 671,4 miljoen euro aan premie-inkomsten op in vergelijking met 598,3 miljoen euro in 2014 (+12,2%). De premie-inkomsten in levensverzekeringen stegen opmerkelijk met 20,2% (tot 424,3 miljoen euro). De premie-inkomsten in niet-levensverzekeringen stegen met 0,7% tot 247,1 miljoen euro in 2015. Door de lancering van een nieuw gamma tak 23-producten in Leven Particulieren, slaagde Generali Belgium erin om een vervijfvoudiging op te tekenen in eenmalige premies en een stijging van 49% in recurrente premies. Het bedrijf boekte volgens de IFRS-normen in 2015 een nettoresultaat van 66,7 miljoen euro. Bovendien kon Generali Belgium met Self Life Dynamico haar klanten in 2015 één van de beste rendementen op de markt voorleggen (3,10%).

Perscontact
Tess Desmecht, Account Executive
T +32 2 213 49 51

E-mail: tess.desmecht@grayling.com

Bezoek onze Grayling Belgium Press Room
<http://press.grayling.be>

Volg Grayling PR Belgium op Twitter
[@GraylingPR_be](https://twitter.com/GraylingPR_be)

UITZONDERLIJKE STIJGING VAN DE PREMIE-INKOMSTEN

In 2015 stegen de premie-inkomsten met 12,2% tot 671,4 miljoen euro, waar in 2014 598,3 miljoen euro werd opgetekend. In de tak Leven tekende Generali Belgium een groei van 20,2% op: de premie-inkomsten bedroegen 424,3 miljoen euro tegenover 352,9 miljoen euro in 2014. In Niet-Leven kende Generali Belgium een stijging van 0,7%: de premie-inkomsten evolueerden van 245,4 miljoen euro in 2014 naar 247,1 miljoen euro in 2015.

Het nettoresultaat bedroeg volgens de IFRS-normen 66,7 miljoen euro in 2015, ten opzichte van 69,9 miljoen euro in 2014. De totale dekkingsgraad van de solvabiliteitsmarge met niet-gerealiseerde meerwaarden bedroeg in totaal 337,6% (Solvency I).

	2015	2014
Nettoresultaat	€ 66.700.000	€ 69.900.000
Totale bruto premie-inkomsten	€ 671.400.000	€ 598.300.000
Bruto premie-inkomsten Leven	€ 424.300.000	€ 352.900.000
Bruto premie-inkomsten Niet-Leven	€ 247.100.000	€ 245.400.000
Solvabiliteitsmarge met niet-gerealiseerde meerwaarden	337,6%	412,5%

Tabel 1: Jaarresultaten Generali Belgium 2014-2015.

DYNAMISCHER EN INNOVERENDER DAN OIT MET EEN VERVIJFVOLDIGING IN EENMALIGE PREMIES OP TAK 23-PRODUCTEN

De schitterende resultaten van Generali Belgium zijn het resultaat van een nieuwe dynamiek in het bedrijf. De verschillende productvernieuwingen dragen ertoe bij dat de verzekeringsmaatschappij zich in 2015 innoverender opstelde dan ooit. Generali Belgium tekende uitmuntende cijfers op in de tak Leven Particulieren, met een totale groei van 32,6%. Dat is voornamelijk te danken aan de lancering van een nieuw gamma tak 23-producten, die zorgden voor een vervijfvoudiging in eenmalige premies en een stijging van 49% in recurrente premies.

Ook binnen de tak Niet-Leven ondervindt Generali Belgium de positieve effecten van haar nieuwe aanpak: met de lancering van een nieuwe autoverzekering en een volledig nieuw aanbod woningverzekeringen en familiale verzekeringen als highlights van 2015, groeide het aantal nieuwe contracten in Retail met 23% in Auto en 14,4% in Woning. In Corporate realiseerde Generali Belgium een groei van 10%.



"In lijn met de resultaten van de groep kan ook Generali Belgium in 2015 schitterende cijfers voorleggen. We kunnen nu met zekerheid spreken van een absoluut succesjaar. De strategische vernieuwingen in ons productgamma hebben hun vruchten afgeworpen, zo bewijzen de resultaten van de tak Leven. Onze resultaten voor Niet-Leven vormen bovendien een solide basis voor onze toekomstige ontwikkeling. Dit was niet mogelijk geweest zonder de onvoorwaardelijke inzet van onze werknemers en partners. In 2016 ligt de focus op onze dienstverlening, met onder andere de intensivering van ons NPS-programma, dat gelanceerd werd in 2015. Het programma laat toe om voortdurend in dialoog te treden met onze klanten en makelaars voor onze verschillende acties. Ik ben ervan overtuigd dat een continue verbetering van onze service ons in staat zal stellen onze ambities op de Belgische markt te realiseren," zegt Martin Sturzlbaum, CEO van Generali Belgium.

EEN VAN DE AANTREKKELIJKSTE RENDEMENTEN OP DE MARKT MET SELF LIFE DYNAMICO

Begin dit jaar pakte Generali Belgium al uit met een van de aantrekkelijkste rendementen op de Belgische markt. De maatschappij bekrachtigt daarmee een jarenlange traditie van aantrekkelijke rendementen en weet haar klanten opnieuw een uitstekend resultaat voor te leggen. Self Life Dynamico kon in 2015 bevestigen met een nettorendement van 3,10%. Bovendien tonen de globale bruto- en nettorendementen over de afgelopen vijf jaar een duidelijke continuïteit aan, waardoor Generali Belgium zich telkens opnieuw weet te profileren als een solide partner.

OVER GENERALI BELGIUM

Generali Belgium is sinds 1901 aanwezig in België en vormt een onderdeel van de Generali Groep. Vanuit het hoofdkantoor in Brussel bedient de maatschappij 530 000 klanten en verkoopt ze een waaier levens- en schadeverzekeringen via een netwerk van om en bij de 1000 onafhankelijke makelaars in het hele land. In 2015 bedroegen de totale premie-inkomsten 671 miljoen euro. De activaportefeuille van Generali Belgium bedraagt 5,5 miljard euro.

In België is de Generali Groep ook aanwezig via drie belangrijke dochterondernemingen zijnde Generali Real Estate (GRE) dat bijna 147.000 m² beheert in kantoor- en residentiële gebouwen, Europ Assistance, een van de wereldleiders in bijstand en voor bedrijven Generali Employee Benefits (GEB), dat internationale coördinatie en monitoring biedt van programma's en groepsverzekeringsplannen van meer dan 1.500 multinationals.

OVER DE GENERALI GROEP

De Generali Groep is een van de grootste verzekeringsgroepen wereldwijd met een totaal van 74 miljard euro aan premie-inkomsten in 2015. Met 78 000 werknemers wereldwijd en meer dan 72 miljoen klanten in meer dan 60 landen bezit de Groep een leiderspositie op de West-Europese markten en neemt ze een steeds belangrijker plaats in Centraal- en Oost-Europa en Azië in.