GRUPPO UNIPOL:
PIANO INDUSTRIALE 2006-2009

Carlo Salvatori, Amministratore Delegato

Milano, 14 settembre 2006

Contenuti

1 **Il posizionamento del Gruppo**

2 Linee guida strategiche e obiettivi 2006-2009

3 Sintesi obiettivi economici e finanziari del Piano

Unipol è un gruppo assicurativo e bancario integrato

GRUPPO UNIPOL

Settore Assicurativo

Compagnie multiramo	Specializzate	Bancassicurazione
UNIPOL ASSICURAZIONI	UNISALUTE	BNL Vita
Aurora ASSICURAZIONI	LINEAR ASSICURAZIONI IN LINEA	Quadri Puglia Vita
Navale ASSICURAZIONI DAL 1914		

- Oltre 10 miliardi di euro di premi
- ~4.500 punti vendita sul territorio; accordi di distribuzione con ~1.500 sportelli bancari
- Risultato tecnico di gruppo nella fascia di eccellenza di mercato
- Equilibrato mix di premi, con ~40% Danni e ~60% Vita

Settore Bancario

UNIPOL BANCA

UNIPOL MERCHANT BANCA PER LE IMPRESE

UNIPOL FONDI

UNIPOL SGR

- Oltre 250 sportelli distribuiti sull'intero territorio nazionale
- Oltre il 50% degli sportelli integrati con le agenzie assicurative
- ~50 negozi finanziari
- Oltre 33,5 miliardi di euro di raccolta al primo semestre 2006

GRUPPO UNIPOL

Il Gruppo è il terzo player del mercato assicurativo

2005, premi del lavoro diretto italiano, principi contabili italiani

Quota di mercato

Mercato assicurativo italiano

Gruppo	Premi emessi Miliardi di euro	Quota di mercato
Generali*	27,8	25,3
Allianz	14,6	13,3
Unipol	**10,7**	9,8
FonSAI	10,2	9,3
Cattolica	5,3	4,8

Vita

Gruppo	Premi emessi Miliardi di euro	Quota di mercato
Generali*	19,7	26,9
Allianz	9,0	12,2
Unipol	**6,8**	9,2
Poste Vita	5,8	7,9
Eurizon	4,6	6,3

Danni

Gruppo	Premi emessi Miliardi di euro	Quota di mercato
Generali*	8,0	22,0
FondSAI	7,1	19,7
Allianz	5,6	15,4
Unipol	**3,9**	10,9
Reale Mutua	1,8	5,0

* Pro-forma, include il Gruppo Toro

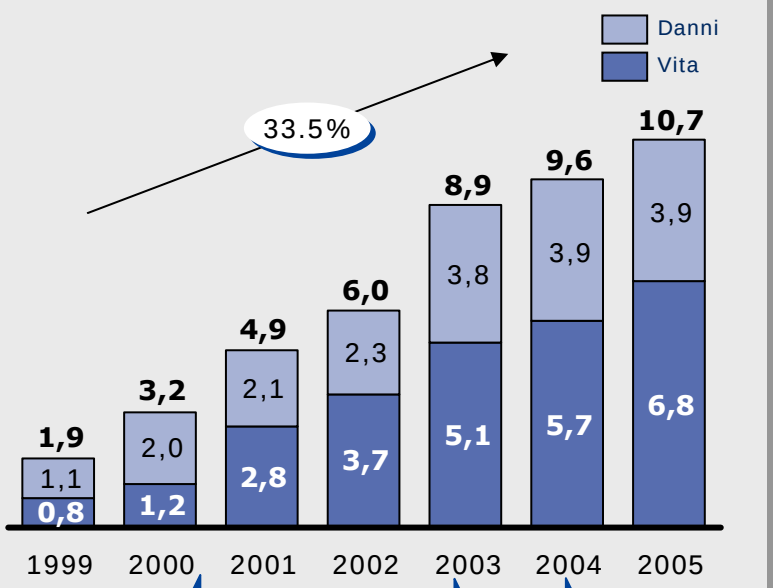
Fonte: ANIA

Il Gruppo è cresciuto molto rapidamente in entrambe le aree di business

1999-2005, principi contabili italiani

CAGR 1999-2005

Crescita business assicurativo
Premi emessi
Miliardi di euro

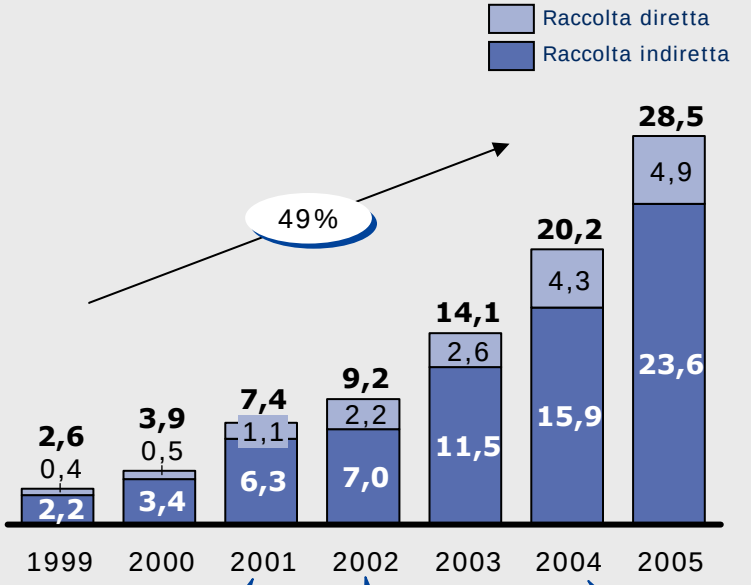


Società Acquisita	Premi
meie	656
AURORA	389
	88
BNL Vita	1.108

Società Acquisita	Premi
winterthur	1.929

Società Acquisita	Premi
	140

Crescita business bancario
Raccolta diretta + indiretta
Miliardi di euro



Acquisizione di 51 filiali da Banca Intesa

Acquisizione di 60 filiali da Capitalia

Acquisizione di 22 filiali da Banca Antonveneta

La forte crescita negli ultimi anni si è basata su tre core skill istituzionali del Gruppo

Sviluppo e redditività del business

- Sviluppo dei Premi superiore al mercato (crescita media dal 1999: Unipol Ass. +15,4% vs. +10,0% del mercato)
- Combined Ratio costantemente inferiore alla media di mercato
- Sviluppo redditizio del business con Affinity Group (33% del business danni di Unipol Ass.)

Costante sviluppo business assicurativo

Capacità di integrazione

- Acquisizione ed integrazione di 6 compagnie dal 2000
- Sviluppo di Aurora divenuta la 3° compagnia multiramo in Italia
- Rapida integrazione delle principali funzioni condivise (IT, Sinistri)

Rapida integrazione acquisizioni

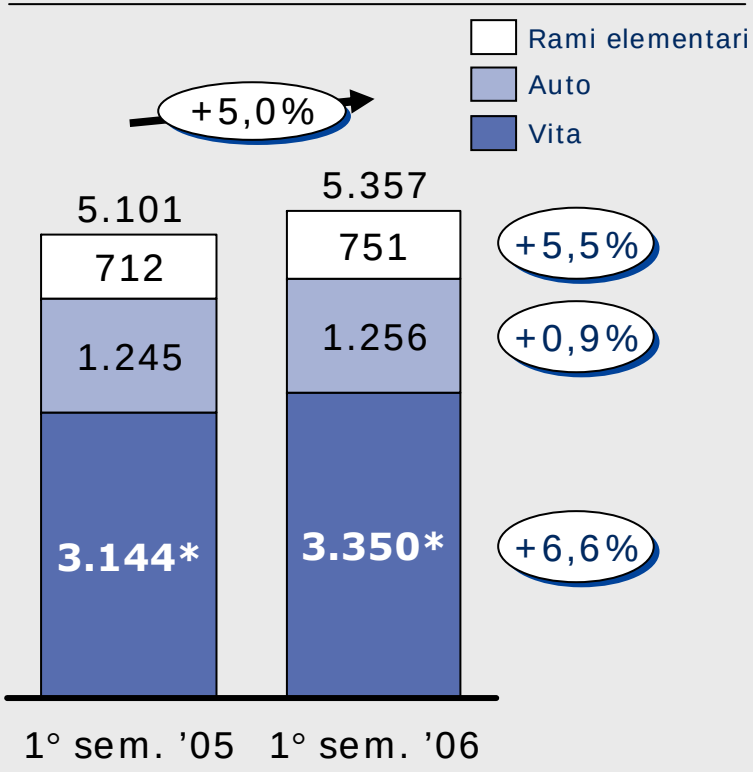
Innovazione e opzioni di crescita

- Sviluppo di Unipol Banca, secondo un modello integrato (filiale bancaria + agenzia assicurativa) innovativo sul mercato italiano
- Avvio di società specializzate per canale o prodotto (es. Linear, Unisalute)

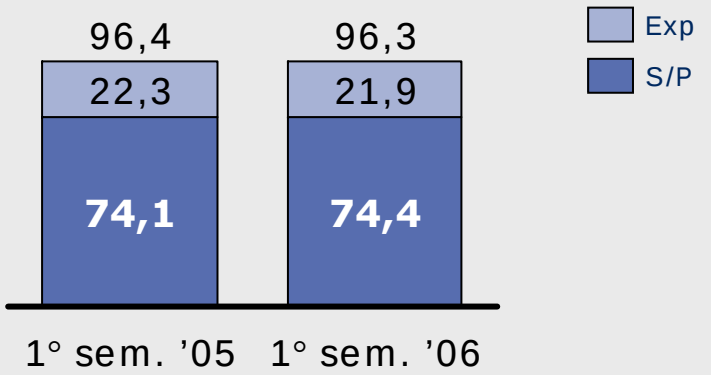
Sviluppo nuovi business

I risultati della semestrale confermano il buon trend di crescita e redditività del settore assicurativo

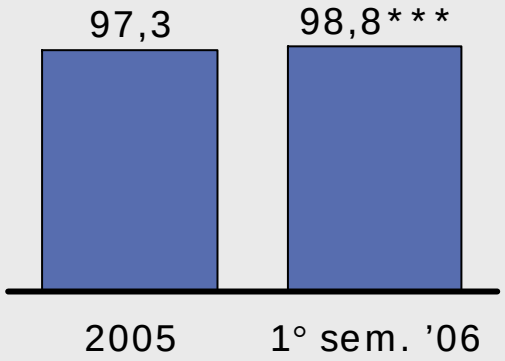
Gruppo Unipol - Premi del lavoro diretto
Milioni di euro



Combined Ratio**
Per cento



Valore della Nuova Produzione
Milioni di euro



* Proforma IFRS, include il 100% di BNL Vita, il 50% di Quadrifoglio e i prodotti di investimento (410 mln € nel 1° sem. 2005 e 15 mln € nel 1° semestre 2006)

** Al netto della riassicurazione

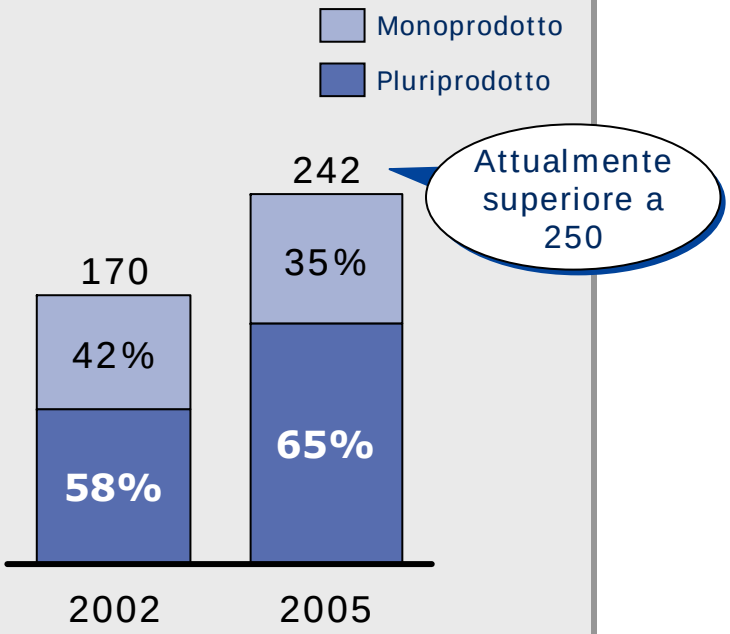
*** Annualizzato

Nel settore bancario la strategia di integrazione dimostra la propria efficacia …

Principi contabili italiani

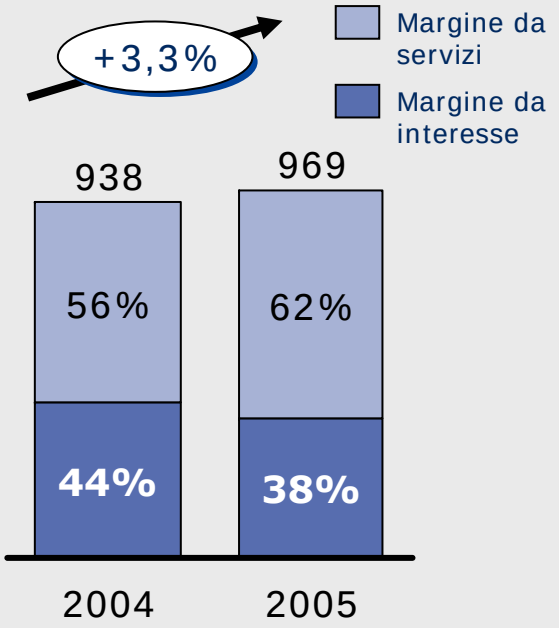
I clienti e il cross selling stanno aumentando

Clienti bancari
Migliaia di clienti, per cento
Valori al 31.12



La redditività per cliente è in costante crescita

Margine di intermediazione per cliente
Euro



… che si fonda sulla progressiva convergenza dei bisogni finanziari delle famiglie

I clienti hanno bisogni articolati tra prodotti assicurativi e bancari

Bisogno	Offerta richiesta
▶ Comprare casa	▶ Mutuo ▶ Assicurazione sulla casa ▶ Copertura pagamenti rata ▶ …
▶ Possedere un auto	▶ Finanziamento ▶ Assicurazione auto ▶ Assistenza stradale ▶ …
▶ Risparmiare per la pensione	▶ Fondi comuni ▶ Assicurazione sulla vita ▶ Piano di risparmio ▶ Fondi pensione
▶ Proteggere la famiglia	▶ Assicurazione sulla vita ▶ Assicurazione sanitaria ▶ LTC ▶ …
▶ Decumulare	▶ Reverse mortgage ▶ Rendita

Sviluppare l'offerta integrata assicurativa e bancaria

L'ampia base clienti assicurativi crea l'opportunità di ampliare il portafoglio clienti bancario

- Il Gruppo Unipol conta 6 milioni di clienti
- Le top 40% agenzie assicurative gestiscono un portafoglio medio di 4.000 clienti
- Il 20% dei clienti di Unipol Banca proviene dall'assicurativo (35% medio nelle filiali bancarie integrate con agenzia assicurative)
- La soglia di breakeven per una filiale di Unipol Banca è bassa (pari a circa 500 conti correnti)

I dati semestrali della banca confermano lo sviluppo in corso

Unipol Banca, Giugno ’06 vs. Giugno ’05

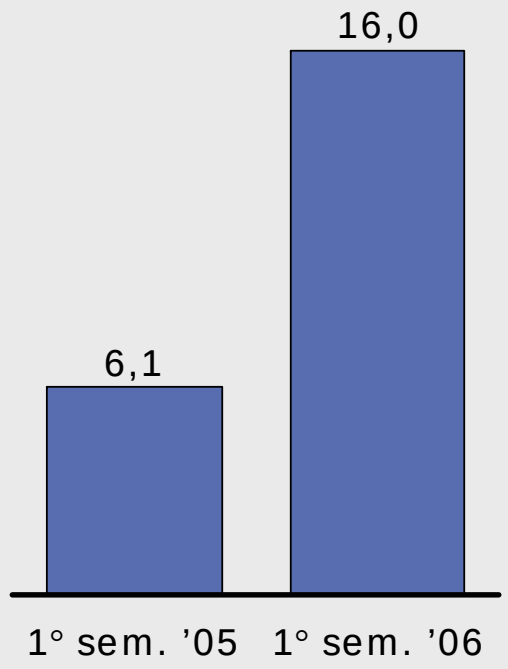
Il **Margine d’intermediazione** è cresciuto del 27,6%

La **raccolta diretta extragruppo** si è sviluppata del 24,7%

Gli **impieghi** hanno registrato un incremento del 27,9%

Nei primi 6 mesi del 2006 sono stati aperti 6 nuovi **sportelli** (attuale numero di sportelli: 256)

Utile Netto
Milioni di euro



Contenuti

1 Il posizionamento del Gruppo

2 Linee guida strategiche e obiettivi 2006-2009

3 Sintesi obiettivi economici e finanziari del Piano

Linee strategiche e principali obiettivi

Assicurazione

Consolidamento dell'attuale posizione di mercato e sviluppo della redditività

Banca

Ampliamento della scala operativa e perseguimento della redditività

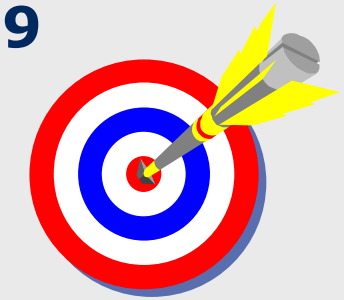
Corporate Center

Rafforzamento delle funzioni di holding per maggiore integrazione e cooperazione commerciale

Gestione del capitale

Valorizzazione e identificazione opportunità di crescita esterna in coerenza con le strategie del Gruppo e con gli obiettivi della redditività

2009



- **+50% Risultato tecnico assicurativo**
- **Utile netto della banca oltre 90 milioni**
- **x2 dell'utile per azione**
- **ROE atteso al 14%**

Linee strategiche e principali obiettivi

Assicurazione

Consolidamento dell'attuale posizione di mercato e sviluppo della redditività

Banca

Ampliamento della scala operativa e perseguimento della redditività

Corporate Center

Rafforzamento delle funzioni di holding per maggiore integrazione e cooperazione commerciale

Gestione del capitale

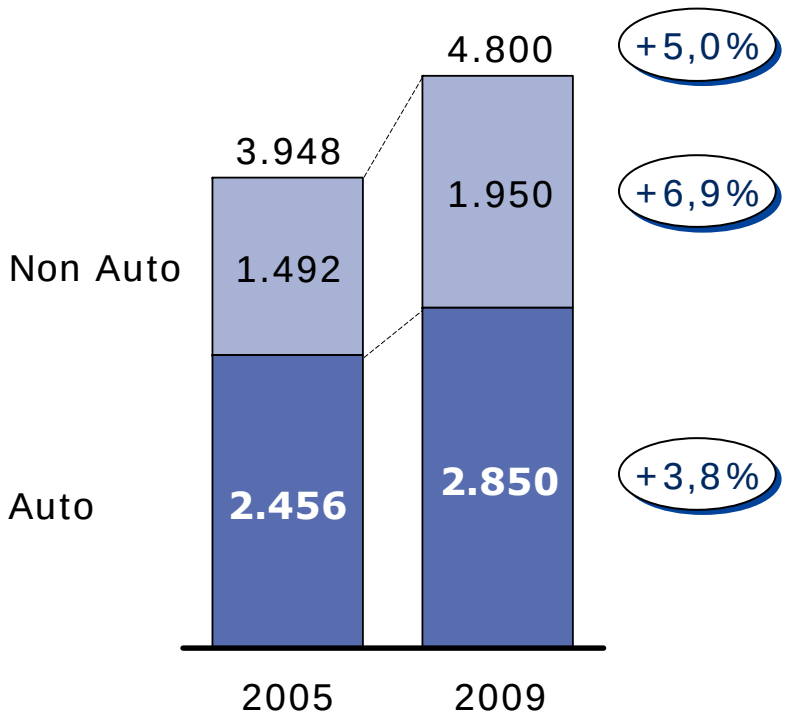
Valorizzazione e identificazione opportunità di crescita esterna in coerenza con le strategie del Gruppo e con gli obiettivi della redditività

- **Migliorare l'offerta e la performance commerciale**
- **Ridurre i costi operativi realizzando le sinergie inespresse**
- **Mantenere l'eccellenza tecnica con particolare focus sui sinistri**
- **Valorizzare la nuova produzione vita per effetto di un mix a maggior valore**

Migliorare l'offerta e la performance commerciale

Gruppo, Rami Danni

Premi diretti emessi
Milioni di euro, per cento



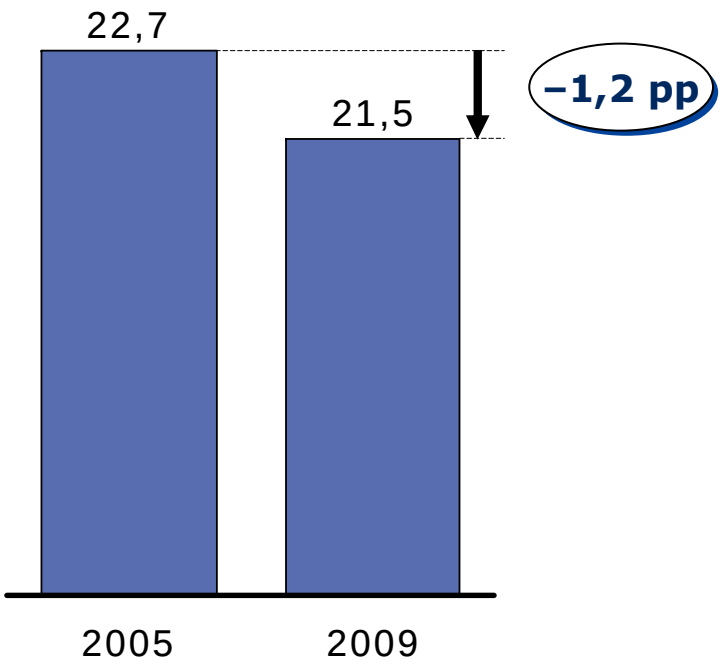
Azioni principali

- Rilancio commerciale rete Aurora dopo il rallentamento a valle dell'integrazione
- Mantenimento crescita Auto tramite:
  - Ulteriore personalizzazione RCA
  - Lancio nuovi prodotti CVT
- Sviluppo capacità di vendita prodotti non-auto e riorganizzazione gamma di offerta per canale distributivo:
  - Prodotti sofisticati, ad elevato livello di servizio, per agenzie medio-grandi
  - Prodotti standardizzati per agenzie piccole/non professionalizzate
  - Prodotti semplici e poco costosi per canale diretto

Ridurre i costi operativi realizzando le sinergie inespresse

Gruppo, Rami Danni

Rapporto spese su premi
Per cento



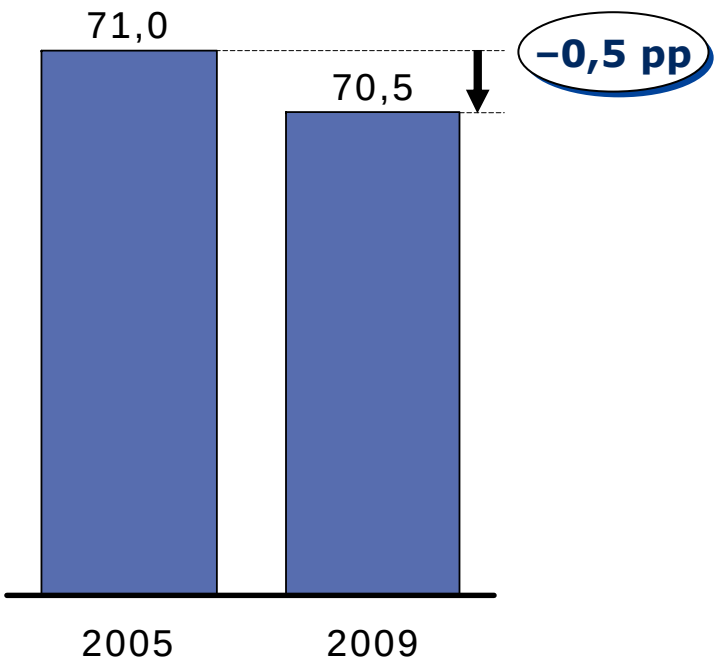
Azioni principali

- Proseguire nel processo di integrazione
- Cogliere ulteriore efficienza dal minimizzare le nuove assunzioni e riconvertire risorse nelle nuove iniziative (es. Unipol Banca)
- Migliorare il supporto IT

Mantenere eccellenza tecnica con particolare focus sui sinistri

Gruppo, Rami Danni

Rapporto sinistri a premi
Per cento



Azioni principali

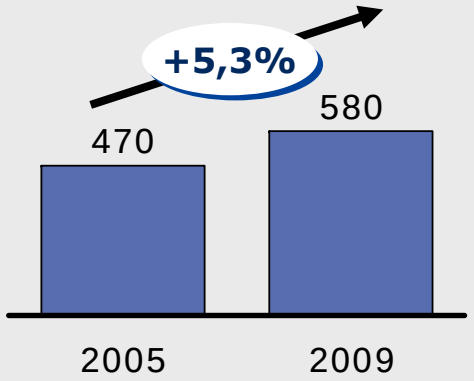
- Contenimento crescita costo medio tramite miglioramento gestione sinistri e impatto delle procedure di indennizzo diretto
- Migliore capacità tariffaria basata su un database unico per tutte le compagnie
- Revisione parametri e mutualità delle tariffe
- Ulteriore miglioramento nella qualità del portafoglio dei rami elementari e delle compagnie specializzate (azioni di riforma e revoca)
- Innovazione di prodotto (es. Unibox; Aurobox)

Valorizzare la nuova produzione Vita per effetto di un mix a maggior valore

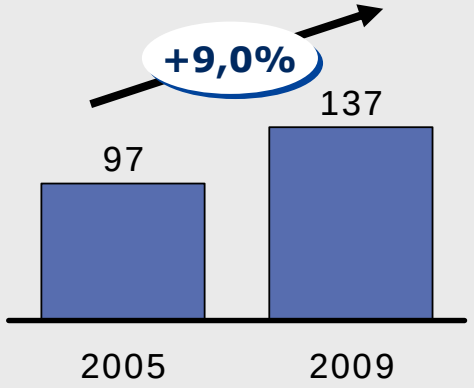
Gruppo, Rami Vita
Milioni di euro, per cento

CAGR 2005-2009

Premi Annui Equivalenti



Valore della nuova produzione



Azioni principali

- Innovazione dei prodotti Vita tradizionali, anche facendo leva su Unipol Banca per l'allargamento della gamma e la gestione dei pagamenti ricorrenti
- Più elevato livello di intercettazione delle scadenze
- Formazione continua della rete su nuovi strumenti marketing e approccio "consulenziale"
- Piano di sviluppo della rete di consulenti assicurativi
- Estensione della gamma di prodotti (Fondi pensione e FIP) per l'avvio della previdenza integrata

Linee strategiche e principali obiettivi

Assicurazione

Consolidamento dell'attuale posizione di mercato e sviluppo della redditività

Banca

Ampliamento della scala operativa e perseguimento della redditività

Corporate Center

Rafforzamento delle funzioni di holding per maggiore integrazione e cooperazione commerciale

Gestione del capitale

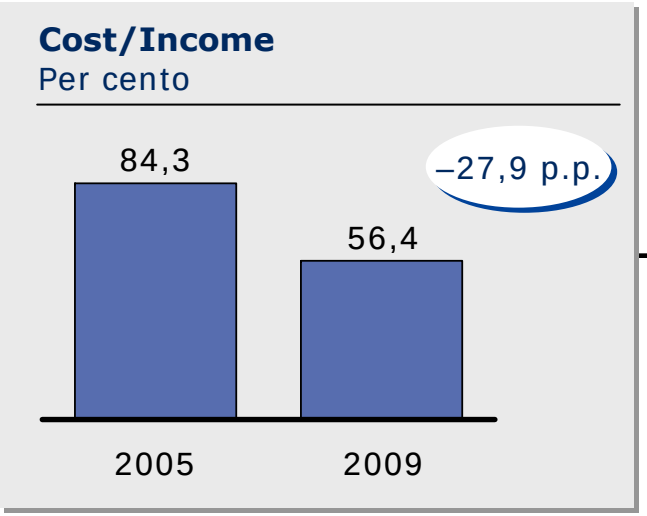
Valorizzazione e identificazione opportunità di crescita esterna in coerenza con le strategie del Gruppo e con gli obiettivi della redditività

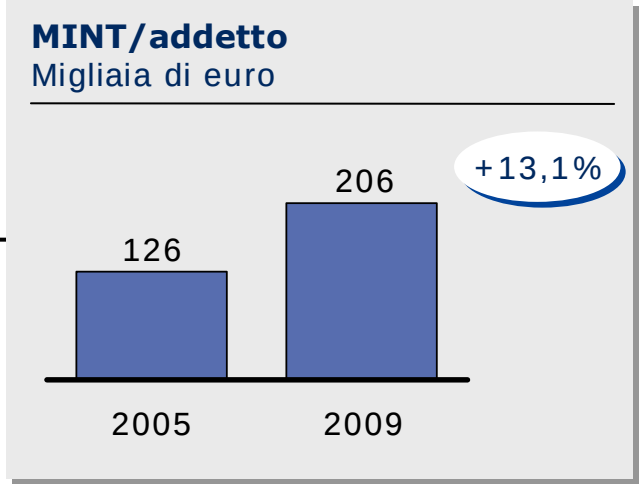
- **Migliorare il Cost/Income tramite il forte sviluppo dei ricavi:**
  - **Portare a regime le nuove filiali aperte**
  - **Aumentare la produttività commerciale della rete**
- **Espandere la rete di filiali**

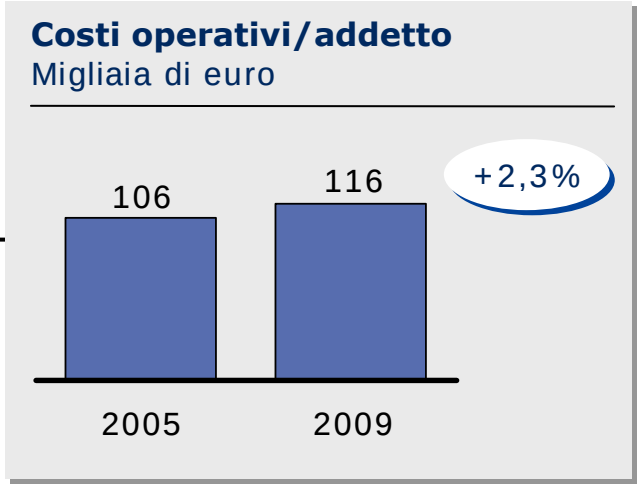
Migliorare il Cost/Income attraverso lo sviluppo dei ricavi …

Unipol Banca, principi contabili IFRS

CAGR 2005-2009





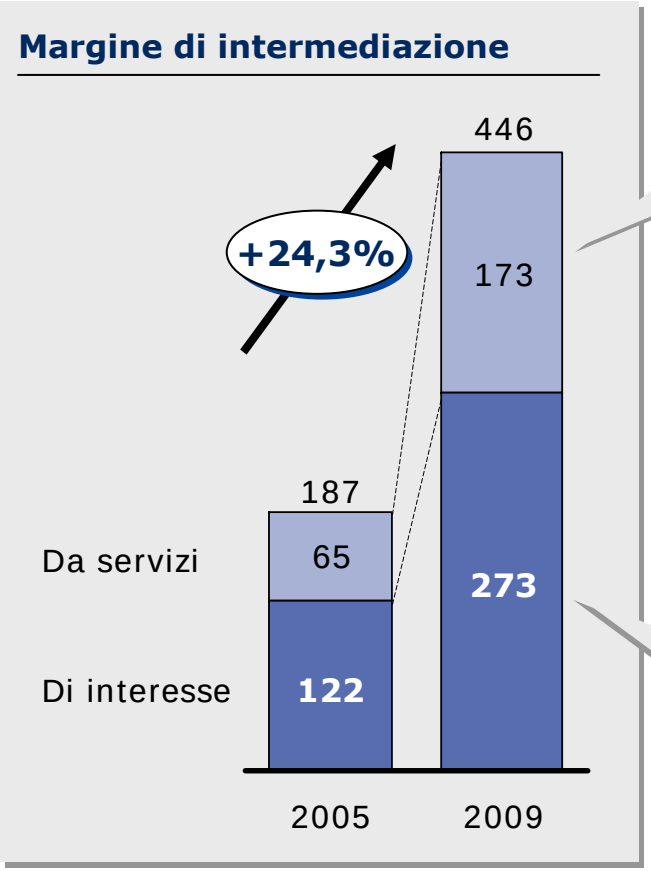


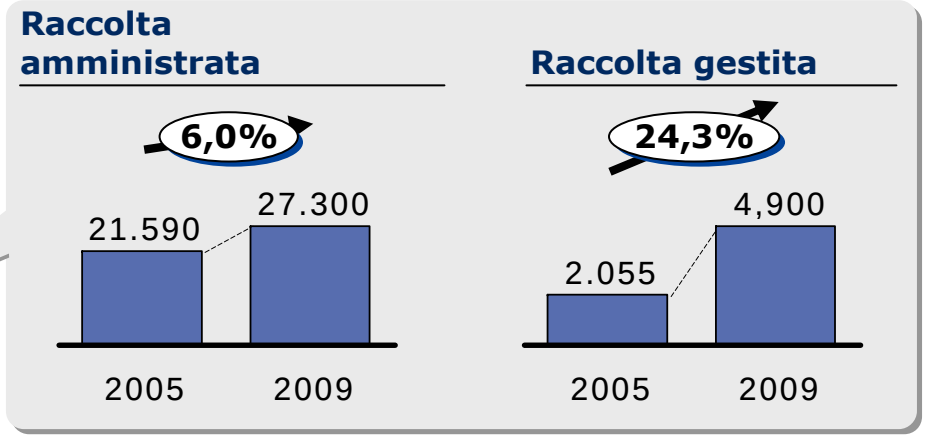
… grazie alla crescita delle masse

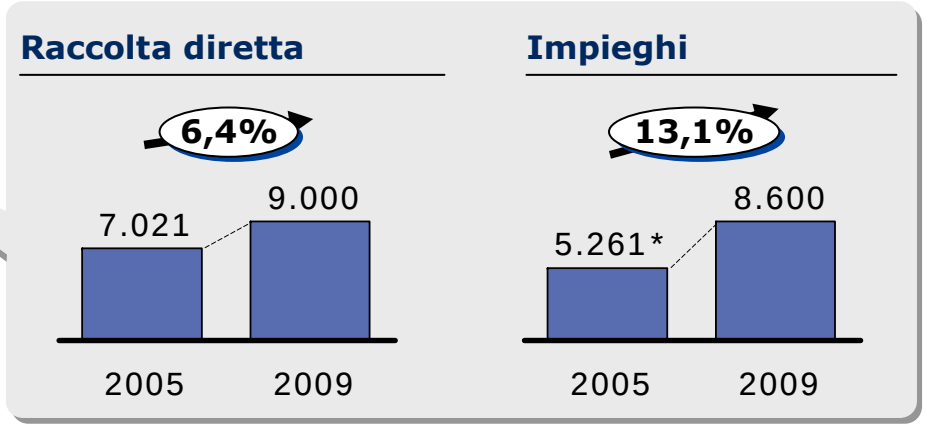
Unipol Banca, principi contabili IFRS, Stock al 31/12

Milioni di euro, per cento

CAGR 2005-2009



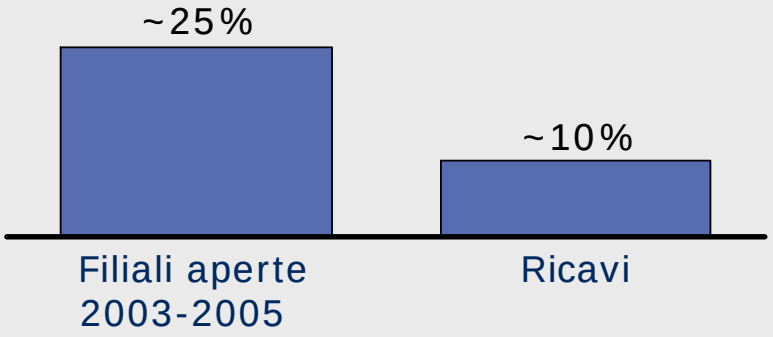




* Inclusi mutui cartolarizzati (~3,2 valore netto cartolarizzazioni)

Portare a regime le nuove filiali aperte

Filiali recenti
Per cento del totale

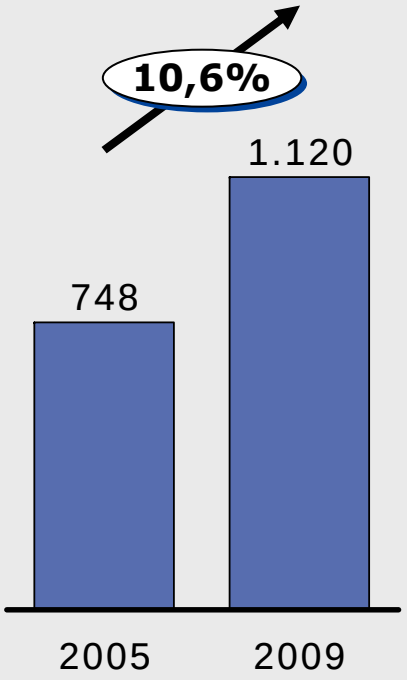


- Unipol Banca ha un elevato numero di filiali di recente apertura non ancora a regime
- Le filiali della nostra rete, in media, raggiungono il break-even entro il secondo esercizio di attività
- Il solo allineamento alla media delle nuove filiali si prevede che generi un incremento dei ricavi del 15% (~28,2 milioni di euro all'attuale livello di ricavi)

Aumentare la produttività commerciale della rete

Unipol Banca

MINT per sportello
Migliaia di euro, 31/12



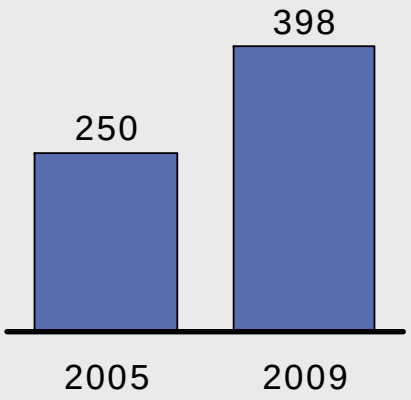
Iniziative per la rete

- Riduzione della varianza di performance tra filiali
- Specializzazione Rete:
  - Focus filiali integrate sulla clientela retail
  - Concentrazione delle attività per piccole e medie imprese in presidi territoriali dedicati
- Ulteriore incremento del cross-selling
- Aumento della conversione di clienti assicurativi in bancari

Espandere la rete di filiali

Apertura nuove filiali integrate

Numero sportelli



- Estensione alle agenzie con maggior potenziale commerciale
- Avvio integrazione con rete Aurora (già integrate 3 nuove filiali bancarie con agenzia assicurativa)

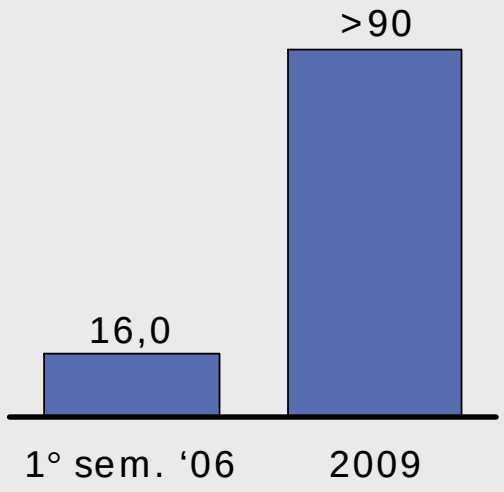
Penetrazione dell'attività bancaria nelle agenzie assicurative

- Il potenziale dall'integrazione tra i business bancario ed assicurativo è ancora elevato:
  - La copertura della clientela assicurativa è ancora limitata (solo il 15% è servito potenzialmente da una filiale Unipol Banca)
    - Solo il 20% delle agenzie Unipol sono integrate
    - La rete Aurora ha appena avviato le prime filiali integrate
  - Le esperienze di successo si stanno progressivamente diffondendo tra gli agenti generando forte motivazione nella rete

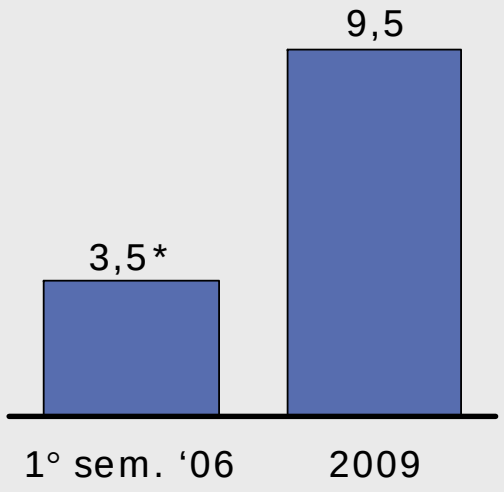
Il ROE della banca è previsto in crescita a ~10,0%

Unipol Banca

Utile Netto
Milioni di euro



ROE
Per cento



* Dato annualizzato

Linee strategiche e principali obiettivi

Assicurazione

Consolidamento dell'attuale posizione di mercato e sviluppo della redditività

Banca

Ampliamento della scala operativa e perseguimento della redditività

Corporate Center

Rafforzamento delle funzioni di holding per maggiore integrazione e cooperazione commerciale

Gestione del capitale

Valorizzazione e identificazione opportunità di crescita esterna in coerenza con le strategie del Gruppo e con gli obiettivi della redditività

- **Razionalizzare l'articolazione del Gruppo**
- **Promuovere il coordinamento tra aree di business**

Razionalizzazione dell'articolazione del Gruppo

Holding

Area assicurativa

Area bancaria

Azione/Obiettivi

- Accentramento delle funzioni di Holding per assicurare un efficace:
  - Indirizzo e controllo
  - Rapporto con i mercati e gli stakeholders
  - Gestione del rischio e del capitale
  - Presidio unico su costi operativi
  - Coordinamento ed integrazione tra aree di business

Razionali

- Chiarezza di ruolo ed obiettivo tra funzioni di Gruppo e funzioni operative
- Efficace Governance Manageriale del Gruppo
- Unica cultura di Gruppo
- Presidio integrato delle aree di business e sfruttamento delle sinergie di ricavo
- Efficienza complessiva del Gruppo

Linee strategiche e principali obiettivi

Assicurazione

Consolidamento dell'attuale posizione di mercato e sviluppo della redditività

Banca

Ampliamento della scala operativa e perseguimento della redditività

Corporate Center

Rafforzamento delle funzioni di holding per maggiore integrazione e cooperazione commerciale

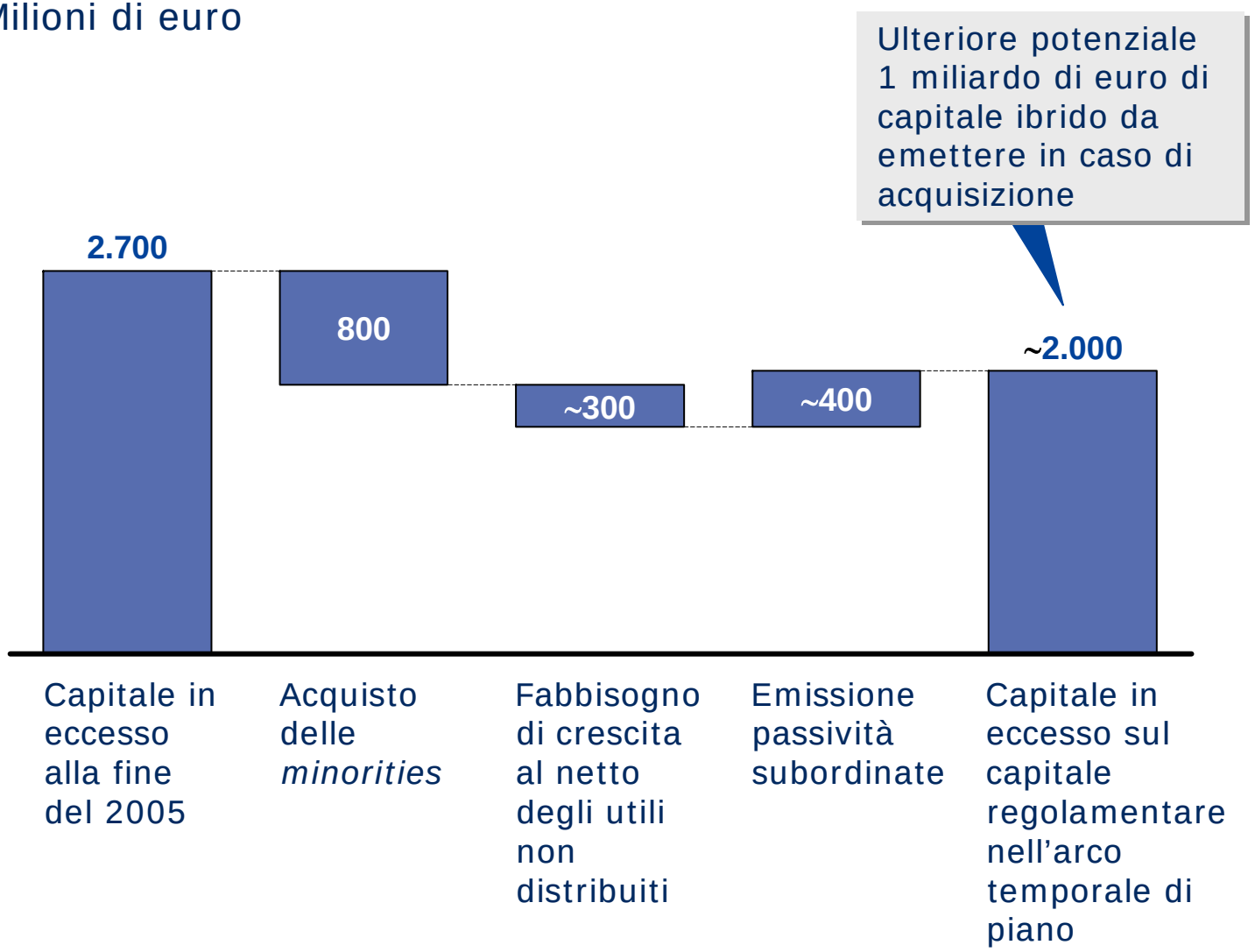
Gestione del capitale

Valorizzazione e identificazione opportunità di crescita esterna in coerenza con le strategie del Gruppo e con gli obiettivi della redditività

- **Riacquistare le *minorities* delle controllate**
- **Cogliere opportunità di crescita sul mercato**
- **Confermare la politica di dividendi**

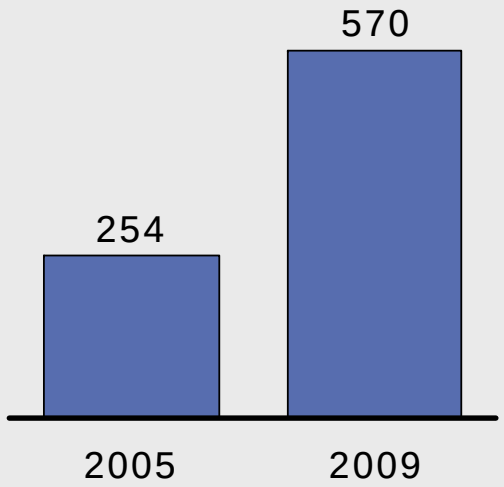
L'eccesso di capitale offre le risorse per cogliere le opportunità di mercato

Milioni di euro



L'utile per azione raddoppierà nell'arco di piano e il ROE è previsto a circa il 14%

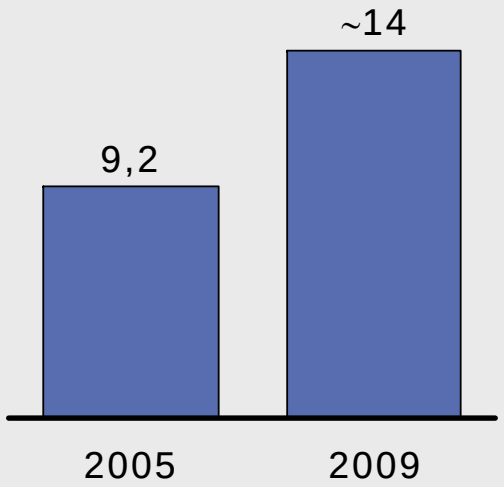
Utile Netto di Gruppo
Milioni di euro



Utile per Azione
Cent. di euro

11 24

ROE di Gruppo*
Per cento



* Al netto dell'eccesso di capitale

Contenuti

1 Il posizionamento del Gruppo

2 Linee guida strategiche e obiettivi 2006-2009

3 Sintesi obiettivi economici e finanziari del Piano

Sintesi degli obiettivi di Conto Economico

Assicurazione
Milioni di euro, per cento

	2005	2009	CAGR 05-09
Premi Danni Diretti	**3.948**	**4.800**	**5,0%**
Combined Ratio	**93,7%**	**92,0%**	**–1,7 p.p.**
Risultato Tecnico Danni	**245**	**350**	**9,3%**
Premi Vita*	**5.188**	**7.150**	**8,3%**
Margine sulla Nuova Produzione Vita	**20,6%**	**23,6%**	**+3,0 p.p.**

* Proforma IFRS, include il 100% di BNL Vita, il 50% di Quadrifoglio Vita

Sintesi degli obiettivi di Conto Economico

Unipol Banca
Milioni di euro, per cento

	2005	2009	CAGR 05-09
Raccolta diretta	7.021	9.000	6,4%
Raccolta indiretta	23.645	32.200	8,0%
Impieghi	5.261	8.600	13,1%
Cost /Income	84,3%	56,4%	–27,9 p.p.
Margine di Intermed.	187	446	24,3%
Utile Netto	–4*	94	-
ROE	n.s.	9,5%	-

* +20,4 secondo i Principi Contabili Italiani

Principali indicatori di performance

Gruppo
Milioni di euro, per cento

	2005	2009	CAGR 05-09
Premi totali*	**9.136**	**11.950**	**6,9%**
Utile Netto di Gruppo	**254**	**570**	**22,3%**
ROE**	**9,2**	**~14**	**~5 p.p.**
Utile per Azione (Cent. €)	**11**	**24**	**22,3%**
Eccesso sul capitale regolamentare	**2.700**	**~2.000*****	**-**

* Proforma IFRS, include il 100% di BNL Vita, il 50% di Quadrifoglio Vita
** Al netto dell'eccesso di capitale
*** Durante l'arco di piano

Glossario

Premi del mercato diretto italiano	**Premi relativi ai contratti assicurativi del lavoro diretto italiano emessi nell'anno fiscale**
Combined ratio	**Loss ratio + Expense ratio**
Loss ratio	**Sinistri competenza/Premi competenza, al lordo della riassicurazione**
Expense ratio	**Spese di gestione/Premi emessi, al lordo della riassicurazione**
APE	**Annual Premium Equivalent: 100% dei premi annui + 10% dei premi unici**
ROE	**Utile Netto/semisomma del patrimonio netto di inizio e fine periodo al netto degli utili dell'anno**

GRUPPO UNIPOL : RISULTATI SEMESTRALE

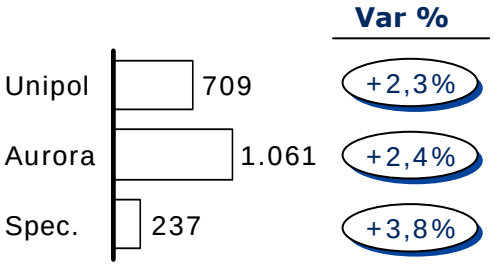
ALLEGATI

Milano, 14 settembre 2006

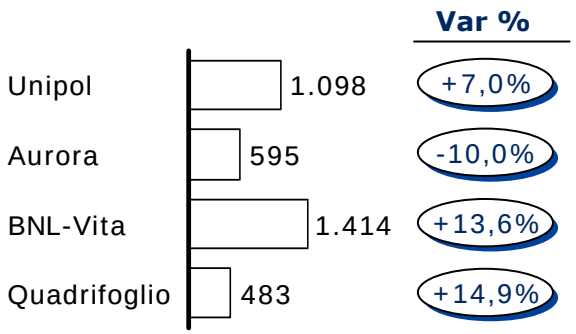
Principali risultati del 1° semestre 2006

Business assicurativo
Premi emessi – Principi Contabili Italiani

Premi Danni
Milioni di euro

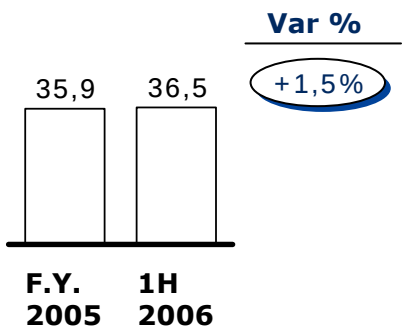


Premi Vita
Milioni di euro



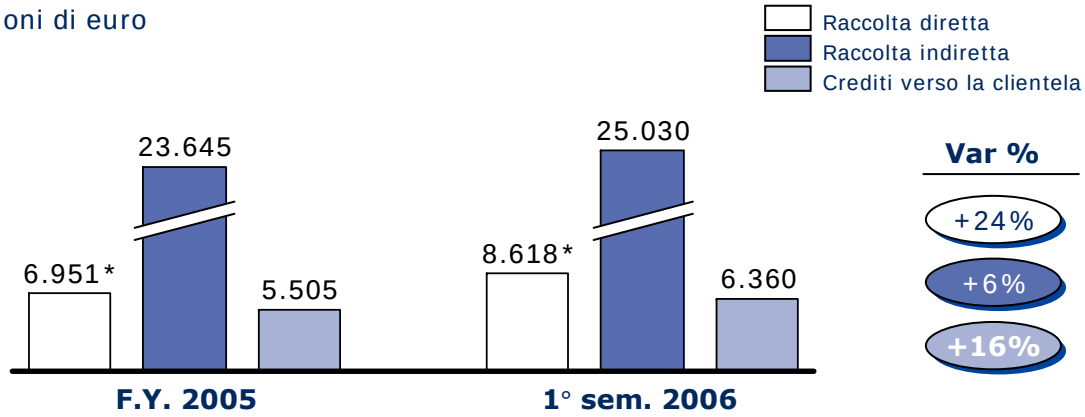
Totale investimenti Gruppo Unipol

Miliardi di euro IAS/IFRS



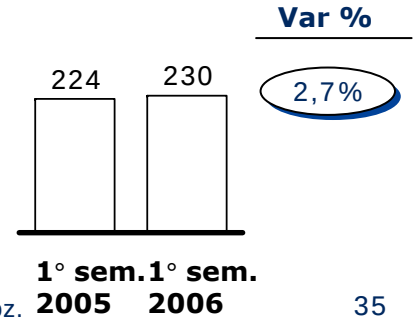
Business bancario
Raccolta e crediti verso la clientela – IAS/IFRS

Milioni di euro



Utile netto (al lordo della quota dei terzi)

Milioni di euro IAS/IFRS



* Rispettivamente 7.021 (anno 2005) e 8.747 (1º sem 2006) includendo le passiv. finanz. da negoz.

Sintesi Risultati del Primo Semestre 2006

Milioni di euro, per cento

	1° sem. 2005	1° sem. 2006	Δ%
Utile lordo comparto assicurativo	**323,8**	**322,7**	**-0,4**
Utile lordo comparto bancario	**12,9**	**25,4**	**97,0**
Utile Netto	**223,8**	**230,0**	**2,7**
di cui di pertinenza di terzi	**18,3**	**32,8**	**79,2**

Conto Economico Consolidato - IAS/IFRS

Milioni di euro, per cento

	1° sem. 2005	1° sem. 2006	Δ%
Premi netti	4.104	4.452	8,5
Commissioni nette	40	42	6,5
Proventi/oneri finanziari	563	532	-5,5
Oneri netti relativi ai sinistri	(3.809)	(4.082)	7,1
Spese di gestione	(557)	(577)	3,6
Altri proventi/oneri	(14)	(39)	
Utile (perdita) ante imposte	327	329	0,9
Imposte	(103)	(99)	-3,2
Utile (perdita) consolidato	224	230	2,7
Utile (perdita) di terzi	18	33	78,6
Utile (perdita) di Gruppo	205	197	-4,0

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.

Contatti

Investor Relations

Unipol Assicurazioni - Via Stalingrado 45, Bologna

Adriano Donati Tel. 051.507.6166

a.donati@unipol.it

Francesco Fronzoni Tel. 051.507.6563

f.fronzoni@unipol.it