

# [ RESULTADOS 2007



**Presentación a los medios de comunicación**



**Madrid, 3 de abril**

# Índice



- **1 : El Grupo AXA en cifras**
- **2 : Región Mediterránea y América Latina**
- **3 : AXA España**
  - **Resultados**
  - **Integración**



# Cifras del Grupo en 2007\*



**Ingresos**

**94.000 millones €**

(+20%)

**Resultado corriente**

**6.100 millones €**

(+22%)

**Activos bajo gestión**

**1,3 billones €**

**Dividendo por acción**

**1,20 €**

(+13%)

**Beneficio neto**

**5.700 millones €**

(+11%)

**Colaboradores**

**150.000**

**Clientes**

**+65 millones**

**Beneficio por acción**

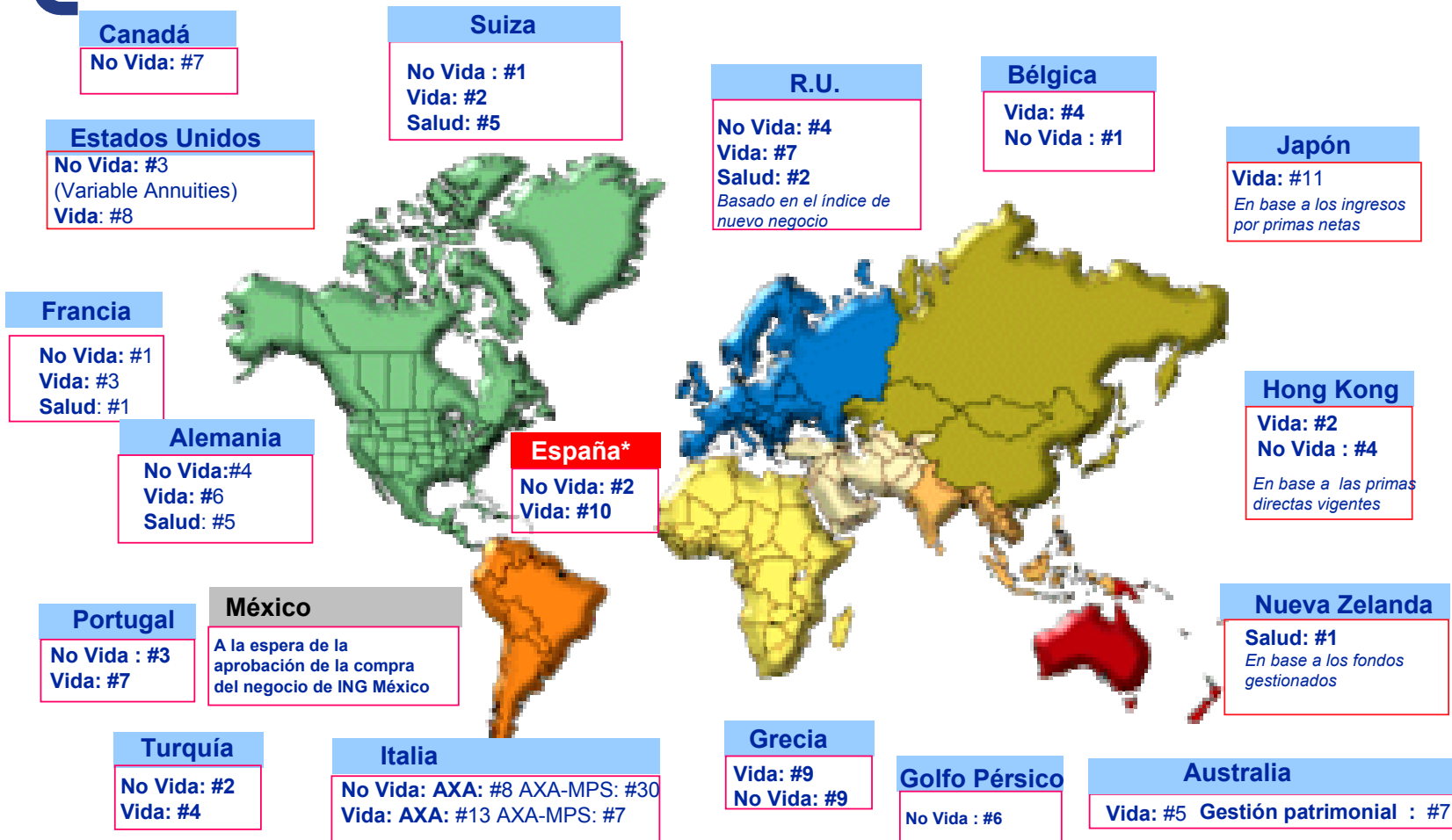
**2,75 €**

(+7%)



Contabilidad IFRS

# Presente en los Cinco Continentes



Datos 2006 salvo España 2007.

Posición en ranking en base a las primas brutas emitidas en algunos de los países en los que AXA está presente.

# Con una plataforma de distribución multicanal y de clientes a escala mundial



**Suiza**  
1,6 millones de clientes

**Francia**  
10,4 millones de clientes

**Reino Unido**  
7,7 millones de clientes

**Estados Unidos**  
4,3 millones de clientes

**Alemania**  
8 millones de clientes

**Región Mediterránea\***  
(Incluye España)  
10 millones de clientes

■ **más de 65 millones de clientes\*\***

**Bélgica**  
3,1 millones de clientes

**Japón**  
4,7 millones de clientes

**Australia/Nueva Zelanda**  
1,9 millones de clientes

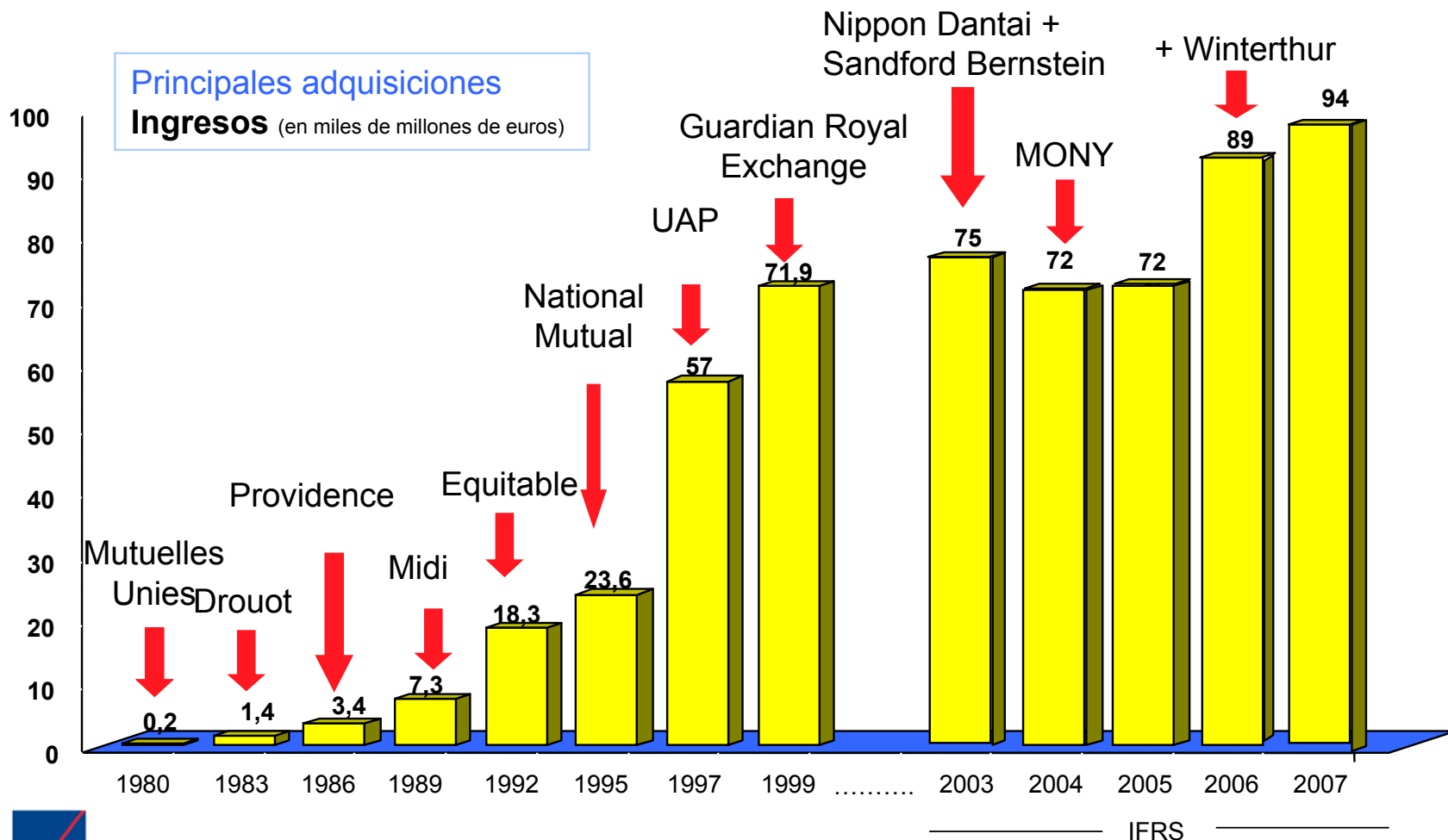
**Hong Kong**  
0,8 millones de clientes

**Europa Central**  
2 millones de clientes



\*Incluirá México  
\*\*Datos totales 07-países 06

# 20 años de crecimiento para crear un Grupo a escala mundial



# Mayor presencia en países con fuerte desarrollo

Crecimiento a través de compras en 2007-2008

## Región Mediterránea



## Europa Central y del Este



## Sureste Asiático



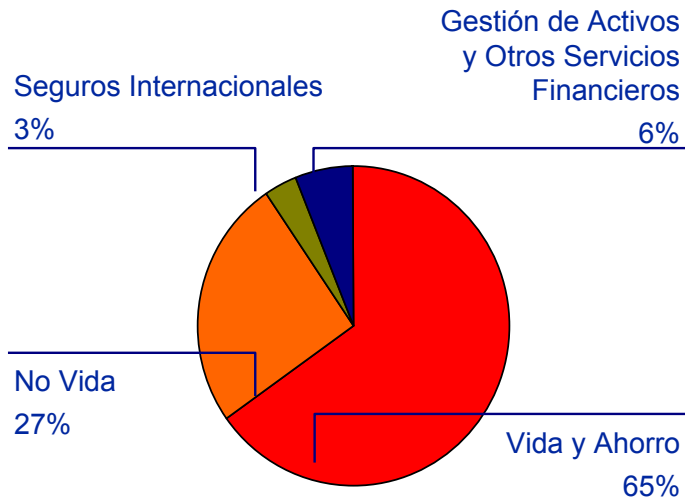
## Latinoamérica



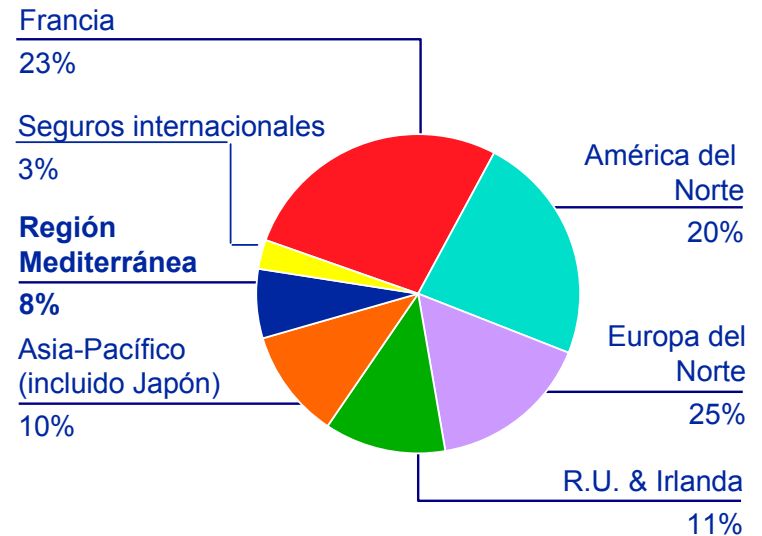
# Estructura diversificada



## Negocio por actividades\*



## Negocio por áreas geográficas\*(1)



(1) AXA RE, no incluida. Datos según normativa IFRS

\*Cifras 2007

# Índice



- **1 : El Grupo AXA en cifras**
- **2 : Región Mediterránea y América Latina**
- **3 : AXA España**
  - **Resultados**
  - **Integración**

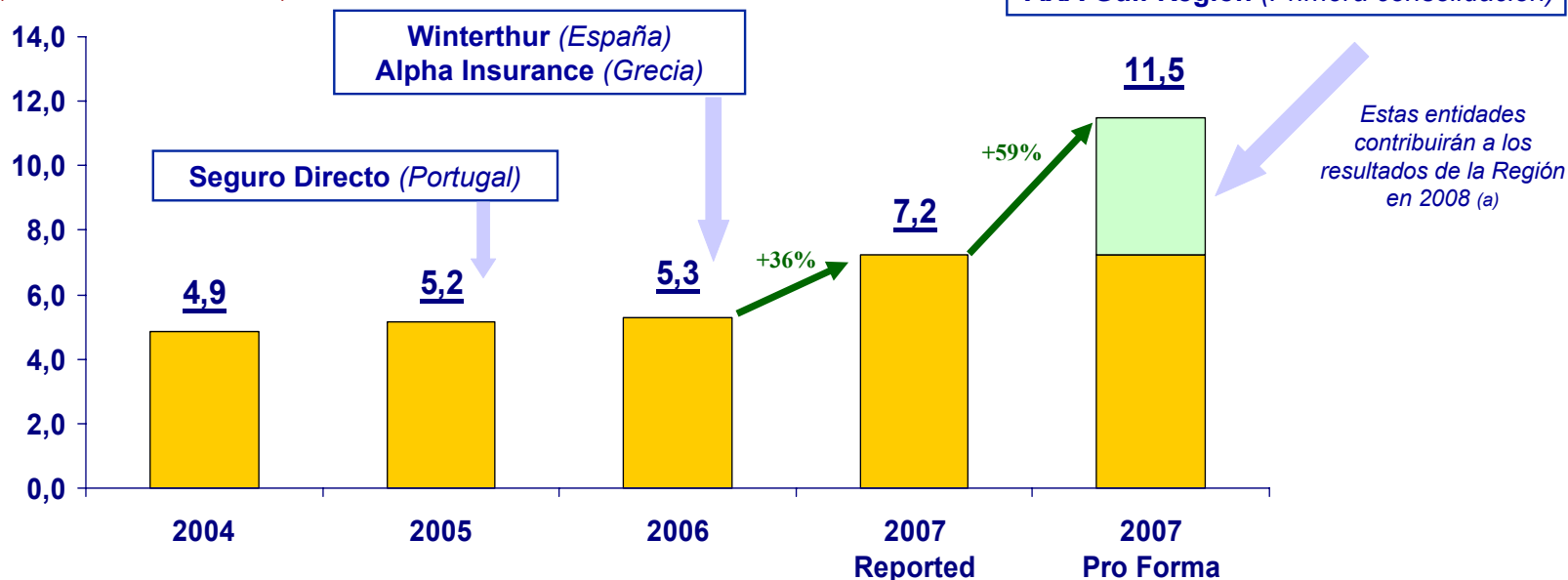


# 2007, un año de crecimiento en las principales líneas de negocio



Fuertes ingresos : Negocio total Vida + No Vida

(Miles de millones de euros)



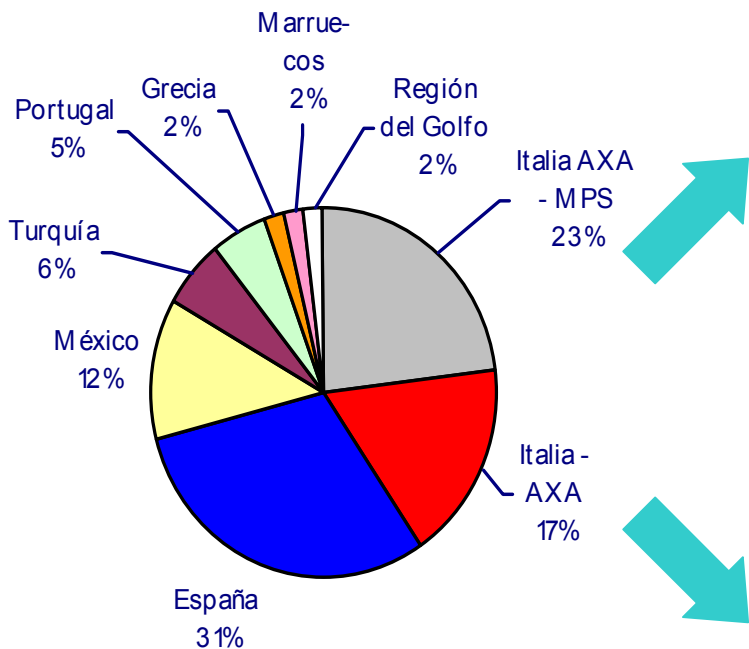
Contabilidad IFRS

(a) A la espera de la aprobación definitiva de la compra de ING Seguros en México

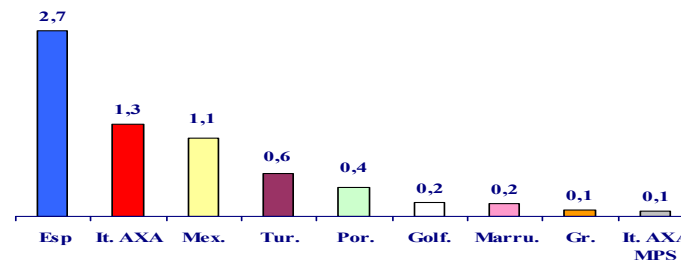
# Fuerte diversificación geográfica del negocio de la Región



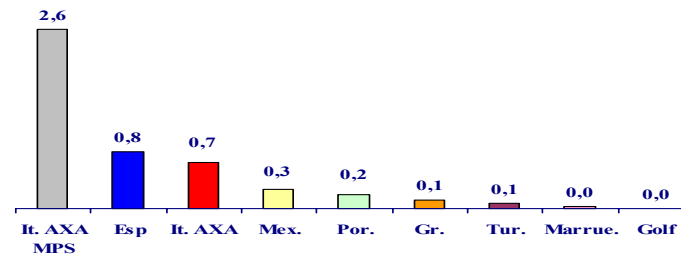
Ingresos Brutos 2007 pro-forma (a) : 11.500 millones de euros



**58% - No Vida : 6.700 millones €**



**42% - Vida y Pensiones : 4.800 millones €**



Contabilidad IFRS

(a) A la espera de la aprobación definitiva de la compra de ING Seguros en México

# Crecimiento externo impulsado por varias adquisiciones significativas

## Entidades ya presentes en el perímetro regional en 2006

### Italia – AXA Assicurazioni

Cifra de negocio : 2.000 mill.€.   
 Resultado operativo (c) : 123 mill. €

### España – AXA Seguros

Cifra de negocio : 2.100 mill €   
 Resultado operativo (c) : 104 mill.€


### Turquía

Cifra de negocio : 700 mill. €.   
 Resultado operativo (c) : 24 mill. €

### Portugal

Cifra de negocio : 600 mill €.   
 Resultado operativo : 37 mill €.

### Marruecos

Cifra de negocio : 200 mill €.   
 Resultado operativo (a) (c): 16 mill €.


AXA está presente también en Líbano, y posee participaciones minoritarias en Jordania y Túnez




Contabilidad IFRS

## Entradas en el perímetro regional en 2007


### España – Winterthur

Operación anunciada en 2006   
 Cifra de negocio : 1.400 mill. €  
 Resultado operativo (c) : 110 mil €.

### Grecia

Operación anunciada en 2006   
 Cifra de negocio: 200 mill. €  
 Resultado operativo : 7 mill €

### Marruecos (extraídas minorías)

Operación anunciada en 2006   
 Resultado operativo adicional (c) : 15 mill €

## 2007 Actual

Cifra de negocio: 7.200 mill. €  
 Resultado operativo(c) : 435 mill. €  
 Resultado corriente(c) : 626 mill. €

## 2007 Pro Forma

Cifra de negocio: 11.500 mill. €.

*incluyendo AXA MPS (Italia), ING Seguros (México) (b), AXA Región del Golfo (Primera consolidación en 2008)*

## Entradas en el perímetro regional en 2008

### Italia– AXA MPS

Operación anunciada en 2006   
 Cifra de negocio : 2.700 mill. €

### México (b)

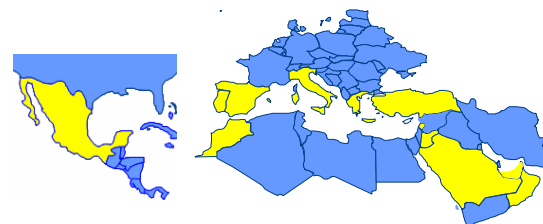
Operación anunciada en 2008   
 Cifra de negocio: 1.400 mill €

### Turquía(b) (extraídas minorías)

Operación anunciada en 2008 

### Región del Golfo

Operación anunciada en 2005   
 Cifra de negocio: 200 mill. €

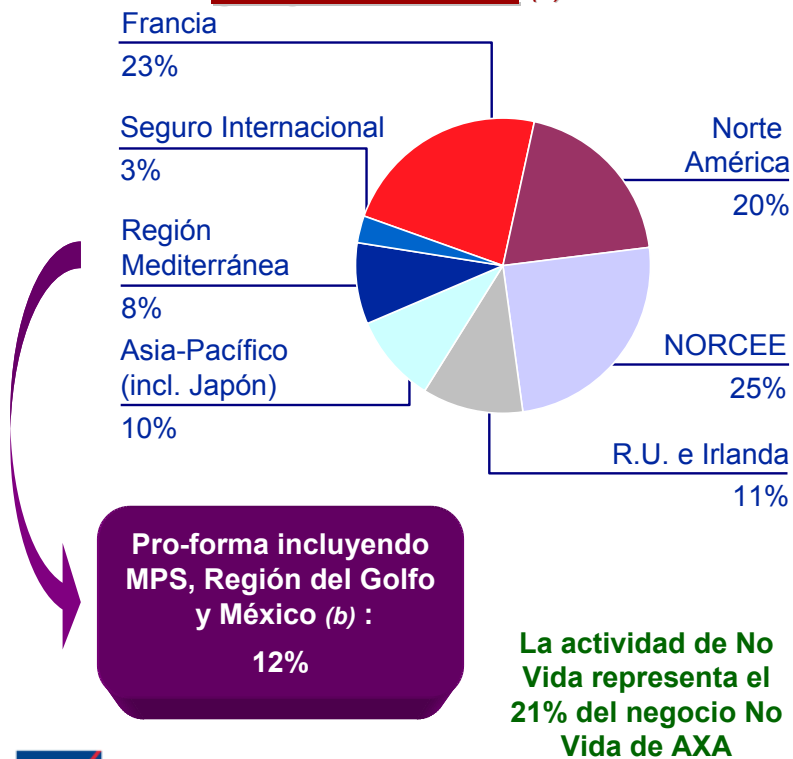


(a) Excluyendo el impacto de adquisiciones minoritarias en 2007  
 (b) Pendiente de la aprobación de las autoridades regulatorias  
 (c) Resultados excluyen holdings financieros

# La Región Mediterránea representa el 8% del negocio de AXA y el 9% de sus beneficios

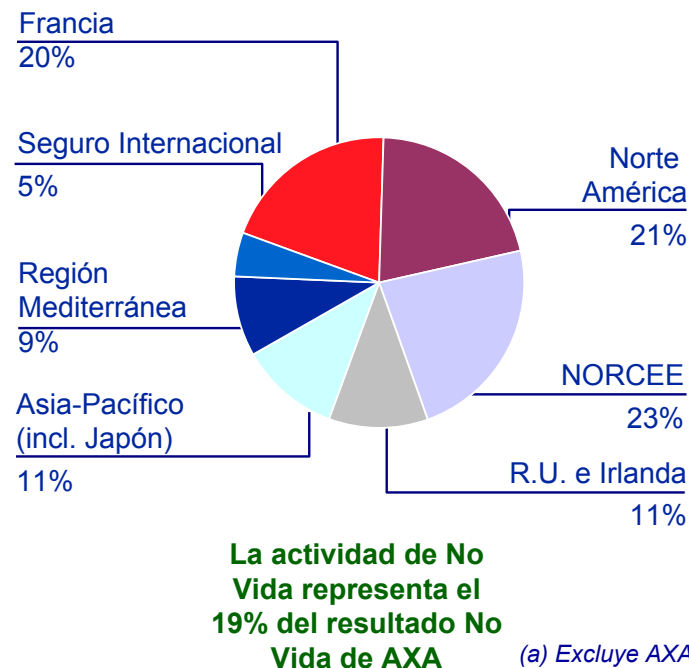
## Cifras de negocio

### Negocio IFRS de AXA en 2007 distribuido geográficamente (a)



## Resultados operativos

### Resultado operativo de AXA en 2007 distribuido geográficamente



(a) Excluye AXA Re  
 (b) Pendiente de la aprobación de la operación de ING Seguros por las autoridades regulatorias



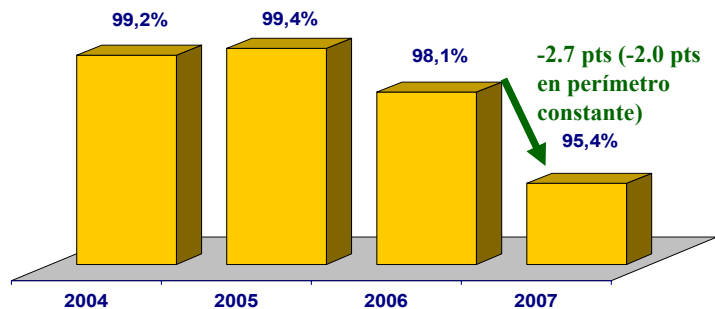
Contabilidad IFRS

**2007 Actual**

# El beneficio en No Vida y Vida mejoró significativamente en 2007

## No Vida

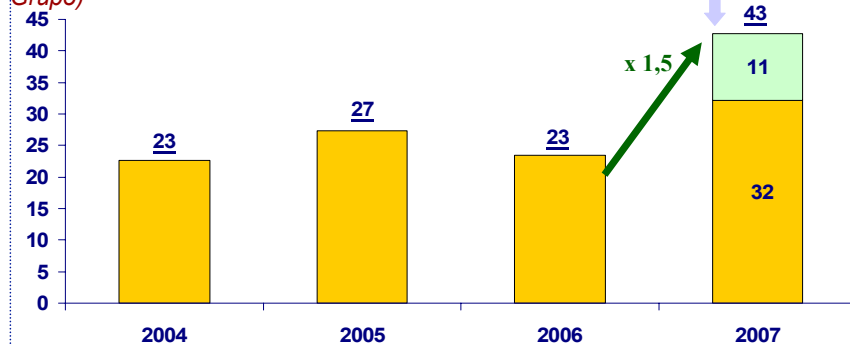
Fuerte mejora del ratio combinado (a) en la tabla



## Vida

Cambio de la nueva producción en aras de mayores beneficios de negocio (e.j. Accumulator)

Valor del nuevo negocio de Vida  
 (millones de Euros- Participación Grupo)



Winterthur (España)  
 Alpha Insurance (Grecia)  
 Entradas en el perímetro  
 Primera implementación del NBV en Turquía

**Margen NBV**  
 (on modeled APE Group share)

2004	2005	2006	2007
18.2%	19.6%	16.5%	<b>20.7%</b>

**2007 Actual**

(a) Excluyendo los costes de integración de Winterthur y Grecia



# Conclusiones

- Desde el 2003, la Región Mediterránea y Latinoamérica han implementado una estructura específica con roles clave como **proveedor** financiero, IT, soporte actuarial, QoS, AXA Way, etc. y como **dinamizador del negocio** a través de un plan estratégico regional y un enfoque común del mismo.
- La Región Mediterránea y Latinoamérica es una **estructura operacional** que lidera los movimientos existentes de nuevas adquisiciones como MPS en Italia o ING Seguros en México.
- Para el Grupo AXA, la Región Mediterránea y Latinoamérica es considerada uno de los factores fundamentales para alcanzar **Ambición 2012**.

# Índice



- 1 : El Grupo AXA en cifras
- 2 : Región Mediterránea y América Latina
- 3 : **AXA España**
  - Resultados
  - Integración



# Radiografía de AXA España en 2007

- ✓ Mantenimiento del ritmo de crecimiento en el año de la integración:
  - ✓ Incremento de 164.000 clientes (más de 488 al día)
  - ✓ Aumento de 375.000 pólizas (más de 1.000 al día)
  - ✓ Crecimiento en Auto (+4,8%) muy por encima del mercado (+2,7%)
  - ✓ Buen comportamiento en Particulares (+7,4%) y Salud (+12,8%)
  - ✓ Consolidación como el segundo grupo asegurador del mercado español
  - ✓ Crecimiento global del 0,5% por reajustes de riesgos de empresa
- ✓ Pioneros en el lanzamiento en España de los 'Variable Annuities' (ACCUMULATOR).
- ✓ Reducción del beneficio por el impacto de costes extraordinarios de integración

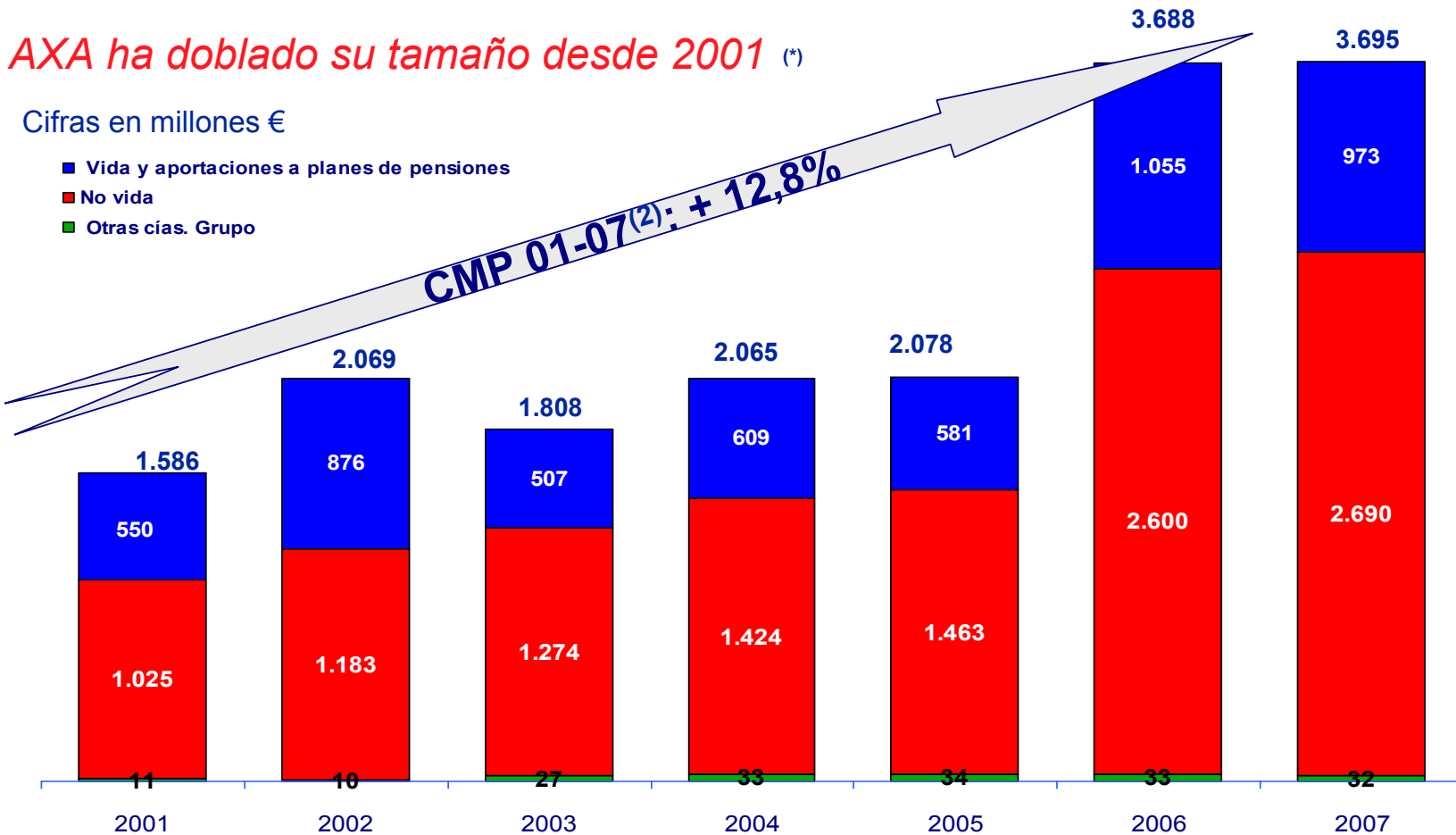
# Evolución del negocio del Grupo AXA en España



*AXA ha doblado su tamaño desde 2001 (\*)*

Cifras en millones €

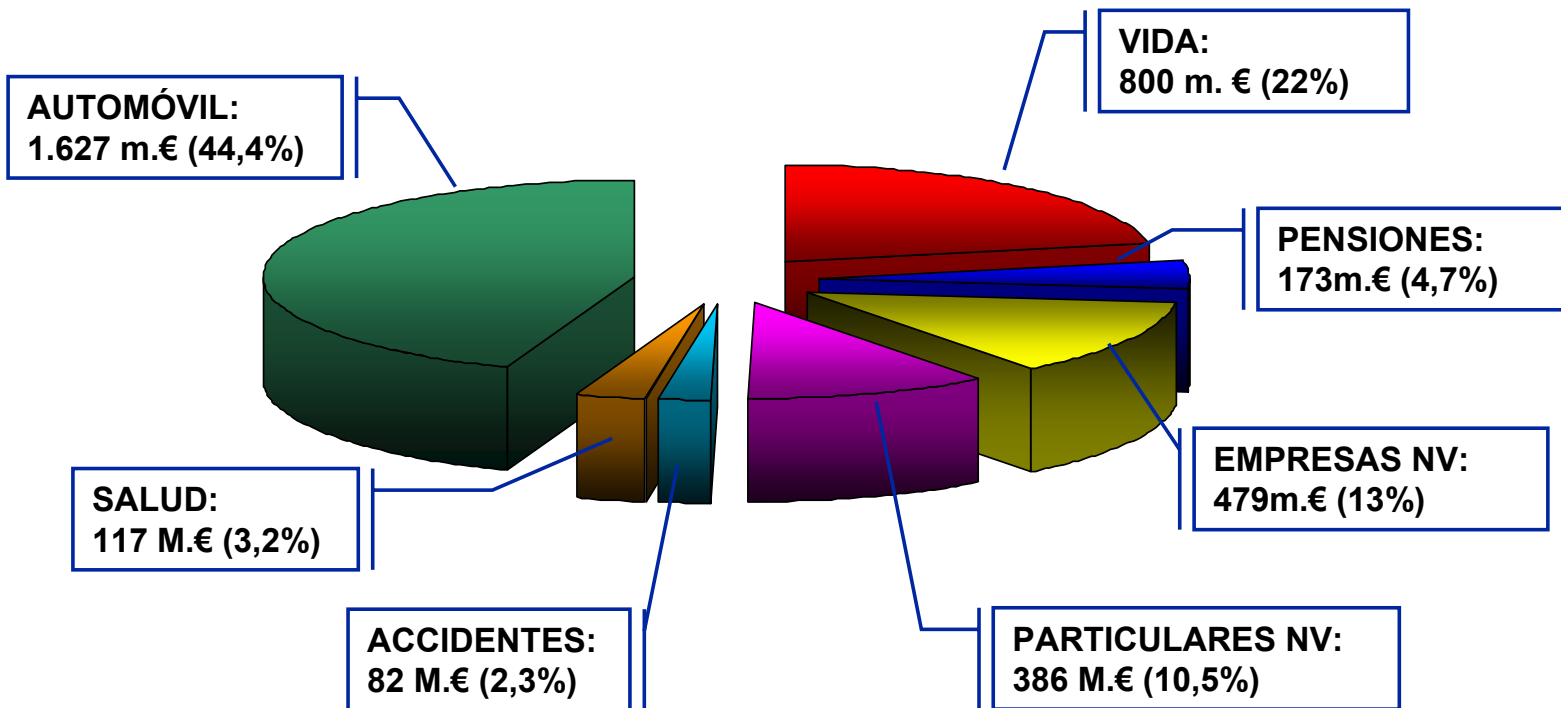
- Vida y aportaciones a planes de pensiones
- No vida
- Otras cías. Grupo



(1) Datos en contabilidad local (Spanish GAAP). Primas de seguro directo y reaseguro aceptado (incluido AXA Art, IPA y AXA Solutions).  
 (2) Crecimiento anual medio ponderado en el período 2001-2007, 18

# Distribución del negocio de AXA España por ramos

AXA España 2007: 3.663 millones €



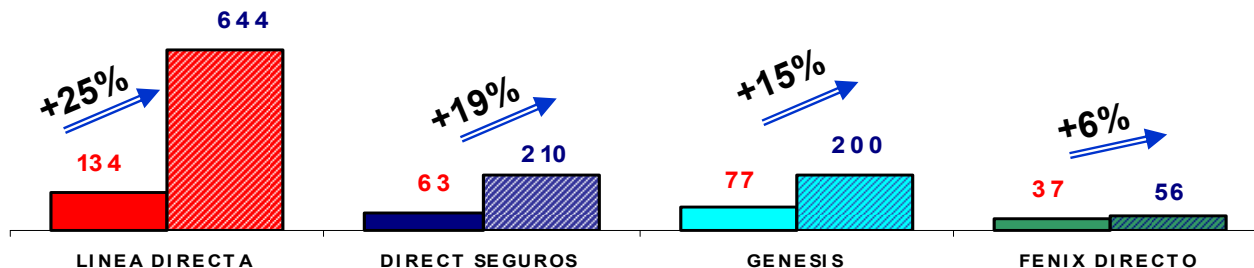
# Direct se consolida como la segunda compañía de Directo



*Mantiene unas tasas de crecimiento elevadas*

Entidad	2007				2006				CMP (%)
	Primas Auto	Crec. (%)	Millones €	Rnk Venta Dir.	Primas Auto	Crec. (%)	Millones €	Rnk Venta Dir.	
LINEA DIRECTA	644,0	3,2%	20,0	1	624,8	10,8%	61,0	1	25,1%
<b>DIRECT SEGUROS</b>	<b>209,7</b>	<b>7,8%</b>	<b>14,6</b>	<b>2</b>	<b>194,4</b>	<b>11,3%</b>	<b>19,8</b>	<b>2</b>	<b>18,9%</b>
GENESIS	200,6	4,8%	9,2	3	191,4	4,8%	8,8	3	14,7%
FENIX DIRECTO	56,3	12,0%	6,3	4	50,0	36,3%	13,3	4	6,1%

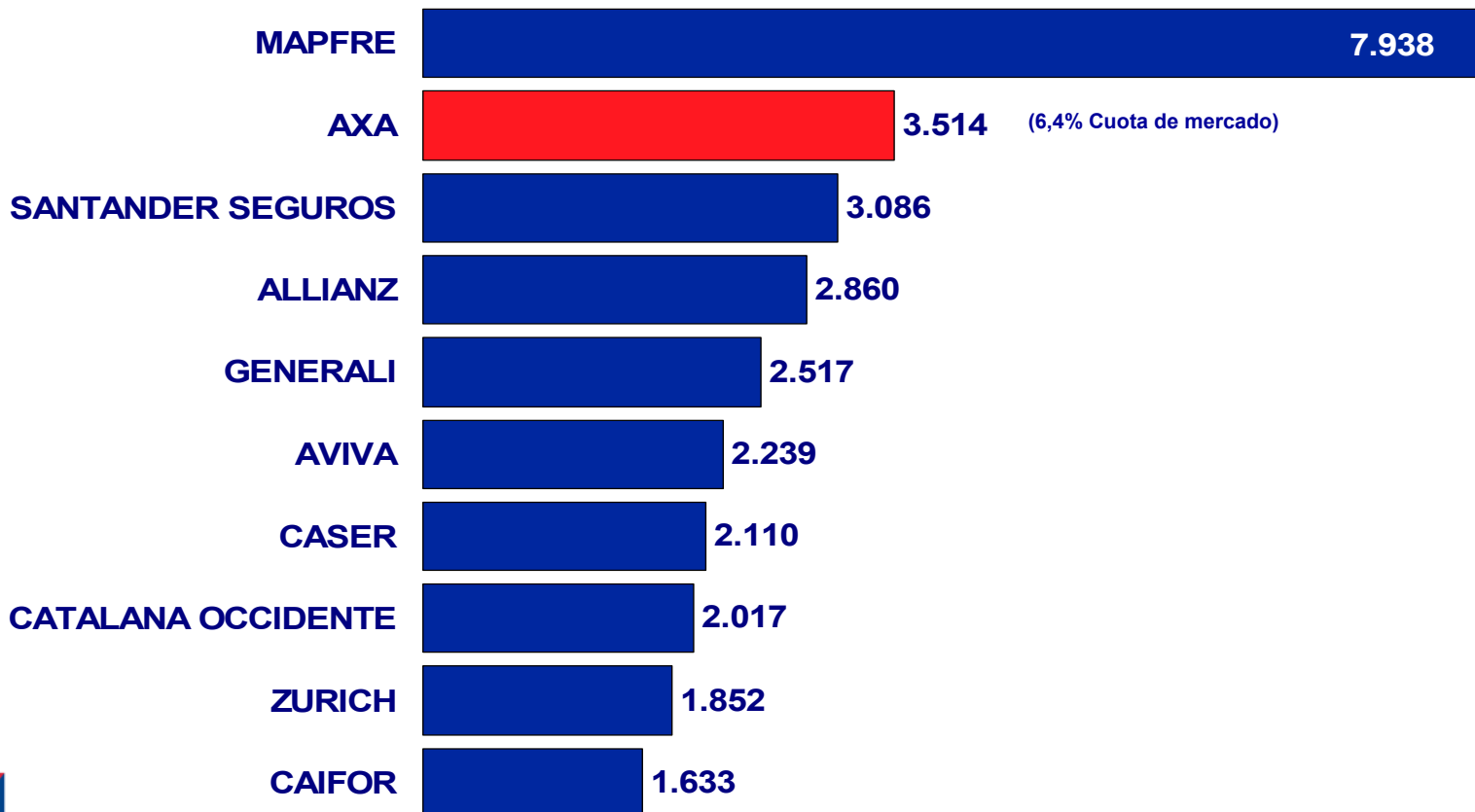
PRIMAS AUTO y CMP (2000 - 2007) En millones de euros



# AXA se consolida como segundo grupo asegurador en España



TOTAL MERCADO - Ranking por Grupos 2007 (millones €)\*

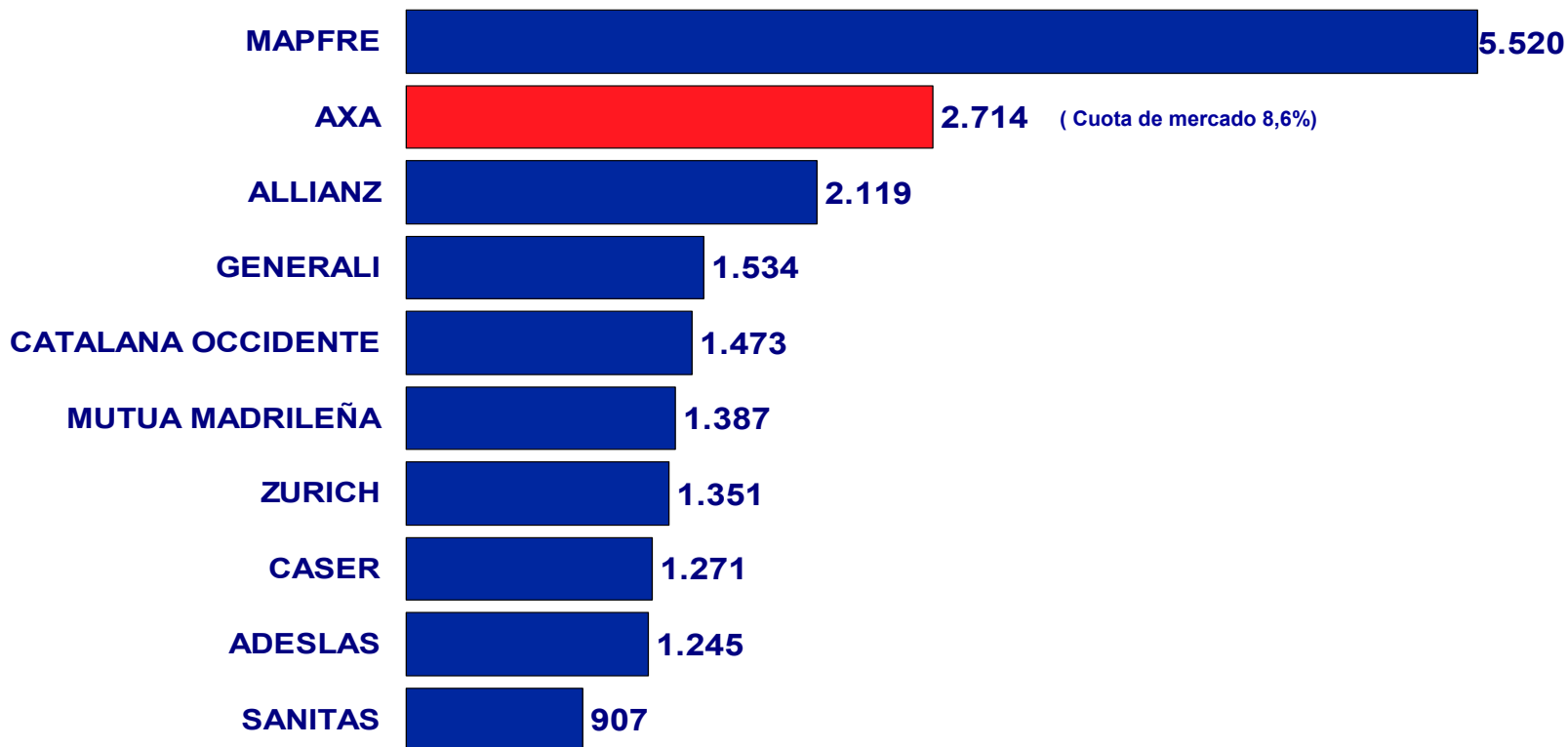


\*FUENTE ICEA (DATOS PROVISIONALES)  
Sin pensiones



# Mantiene una diferencia importante con el tercer competidor en NO VIDA

TOTAL NO VIDA - Ranking por Grupos 2007 (millones €)

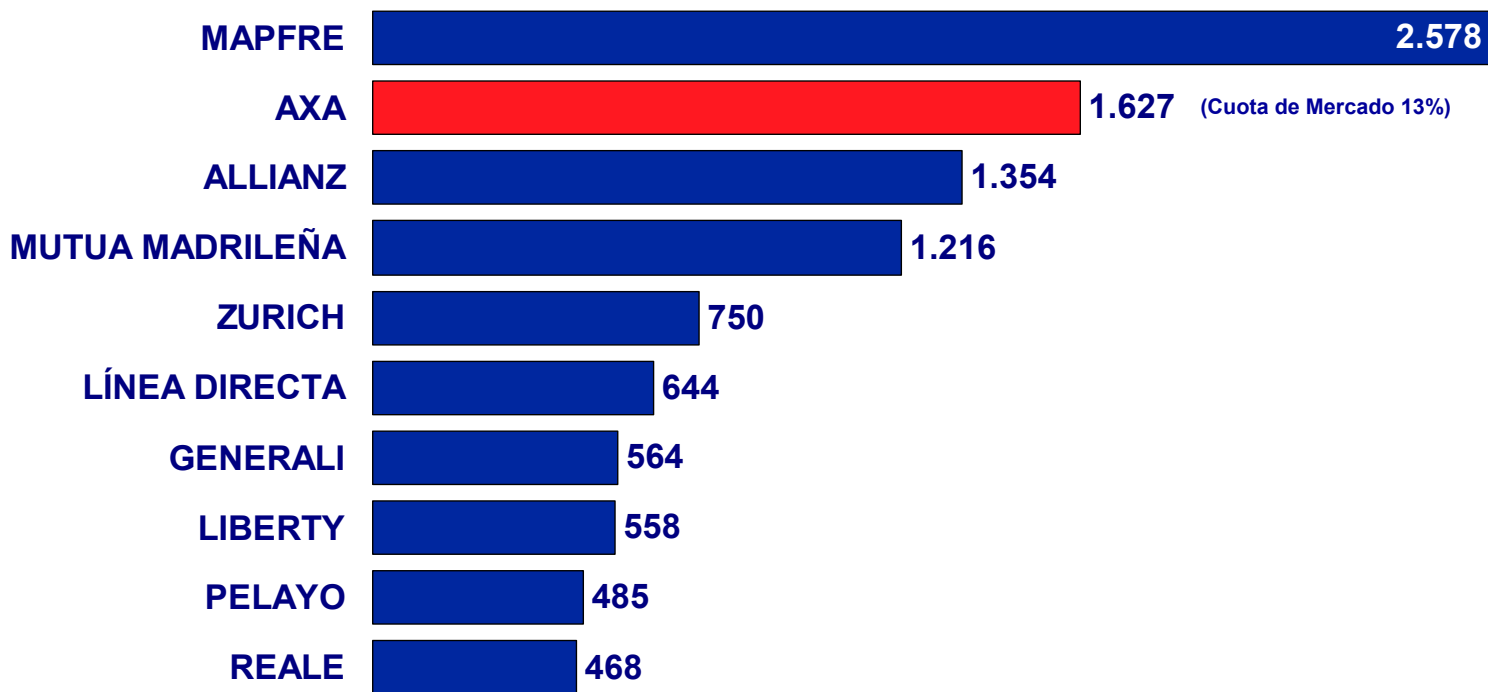


\*FUENTE ICEA (DATOS PROVISIONALES)

# Crece la cuota de mercado en Auto



## TOTAL NO VIDA AUTO- Ranking por Grupos 2007 (millones €)

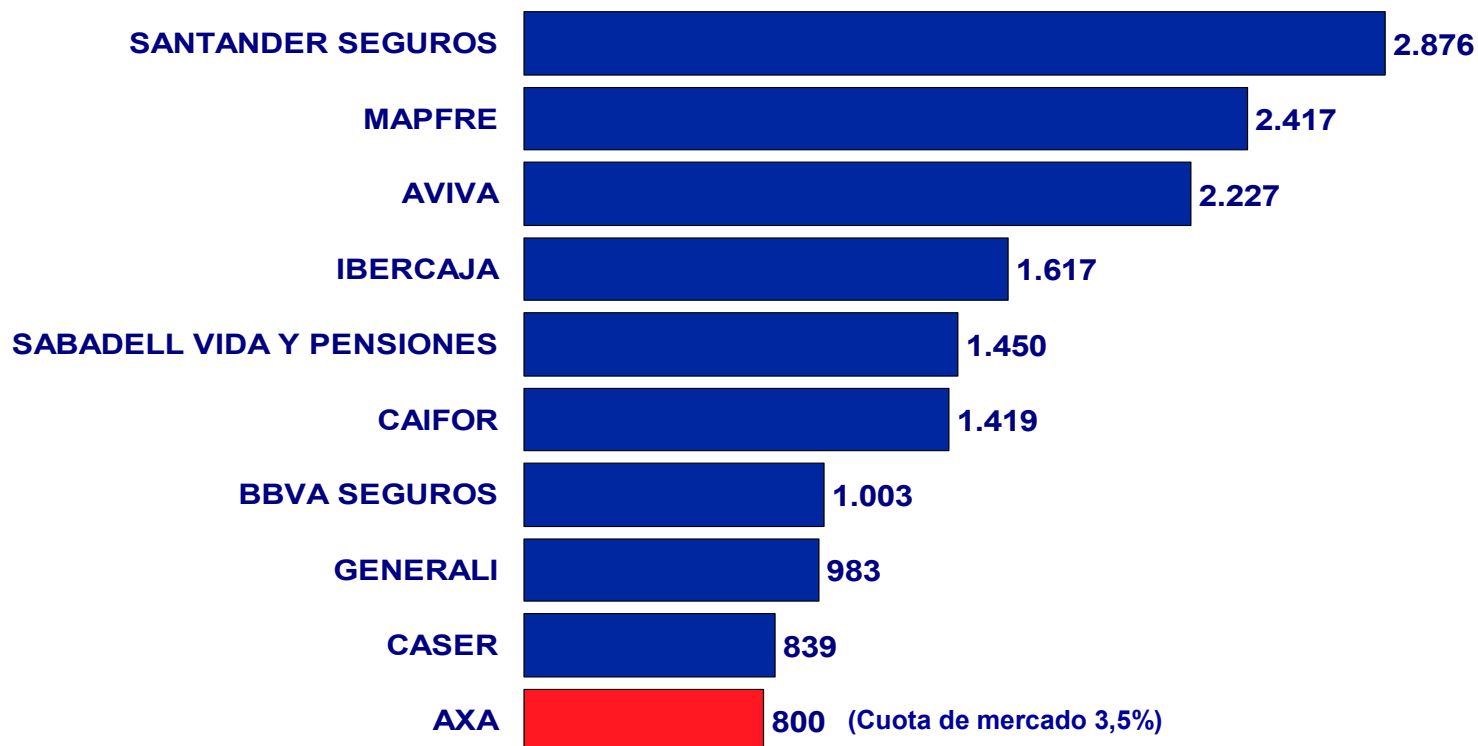


\*FUENTE ICEA (DATOS PROVISIONALES)

# Se mantiene dentro del top ten en VIDA



## TOTAL VIDA (primas)- Ranking por Grupos 2007 (millones €)

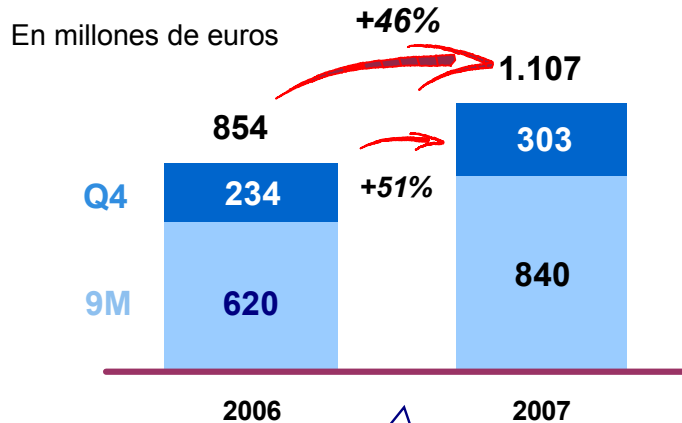


\*FUENTE ICEA (DATOS PROVISIONALES)

# El Accumulator español coge fuerza

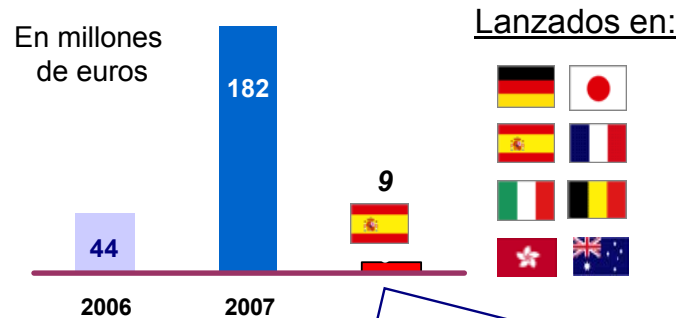


## Variable Annuities Grupo AXA en el mundo (APE)\*



Importante tirón en el último trimestre del ejercicio 2007

## Variable Annuities Grupo AXA sin Estados Unidos (APE)\*



Los 9 millones de APE (90 millones de primas) suponen un 5 % del total de APE sin EEUU



\*En criterio APE-Annual Premium equivalent (10% prima única + 100% prima periódica)

# Pionero en lanzar los 'Variable Annuities'

## *Accumulator*

- Único que ofrece liquidez sin coste
- Único en garantizar los ingresos desde el principio
- Transparencia en la composición de los fondos de inversión: cada uno nombrado y estudiado con arquitectura abierta.
- Estructura abierta para adaptarse a la coyuntura de la forma más ágil.
- Respaldo por un gran Grupo que aporta experiencia (USA) y soporte para su desarrollo y flexibilidad.

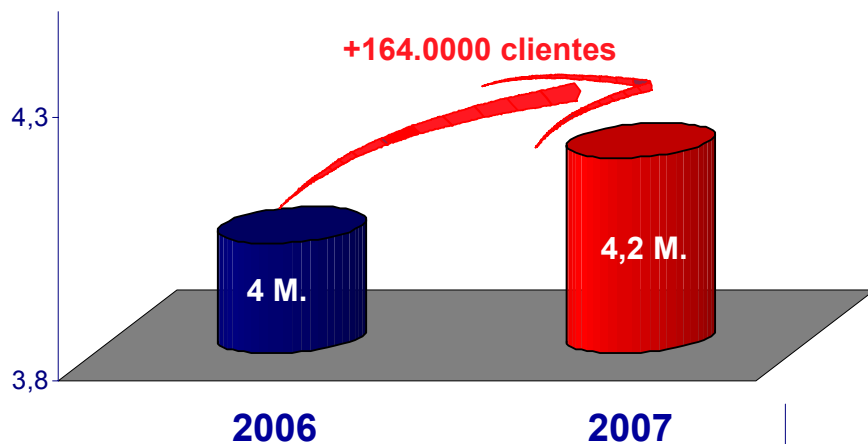
## *Competencia*

- Liquidez con coste.
- No garantizan los ingresos desde el arranque.
- Usan fondos especialmente estructurados al efecto, y por tanto, menos transparentes.
- Más encorsetados

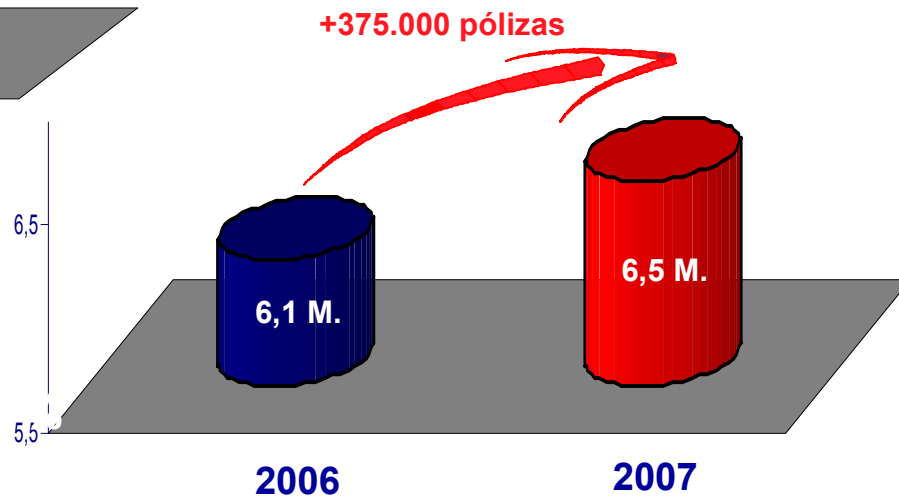
# Cada vez más clientes...



### Número clientes



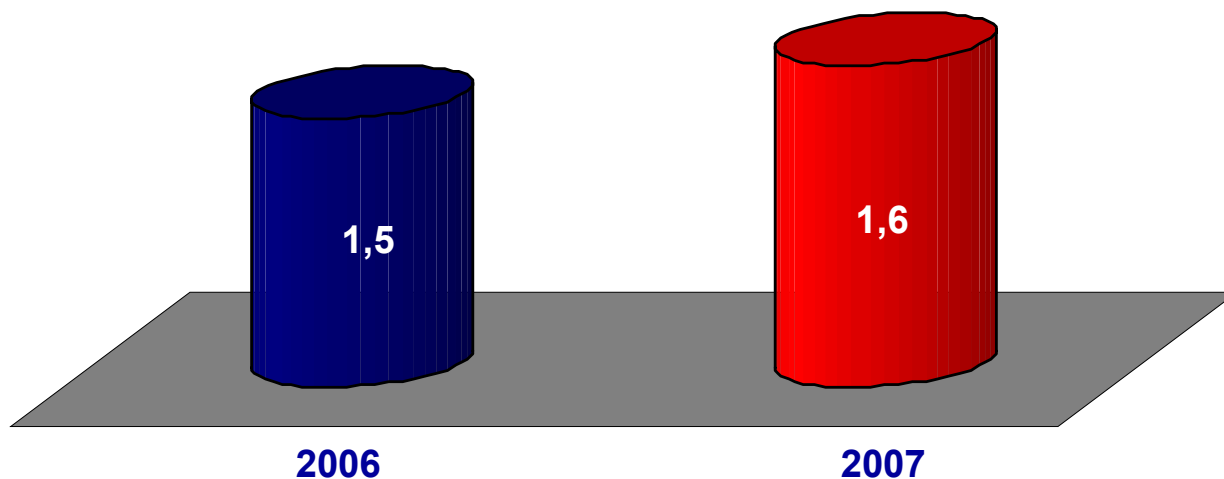
### Número de Pólizas



# Y cada vez más vinculados



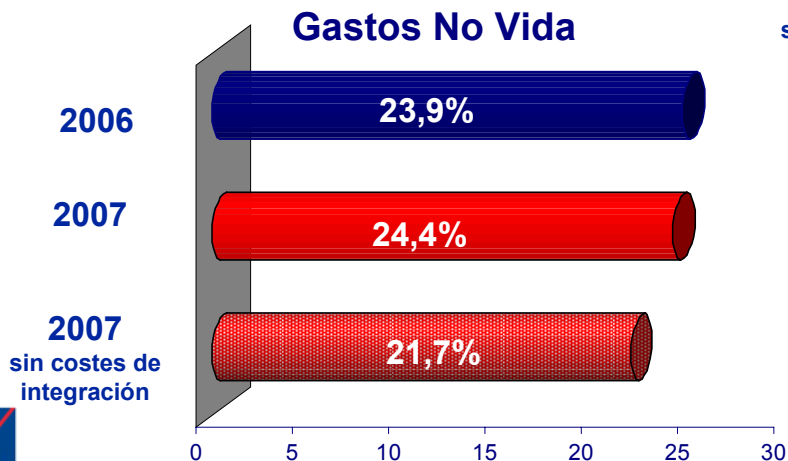
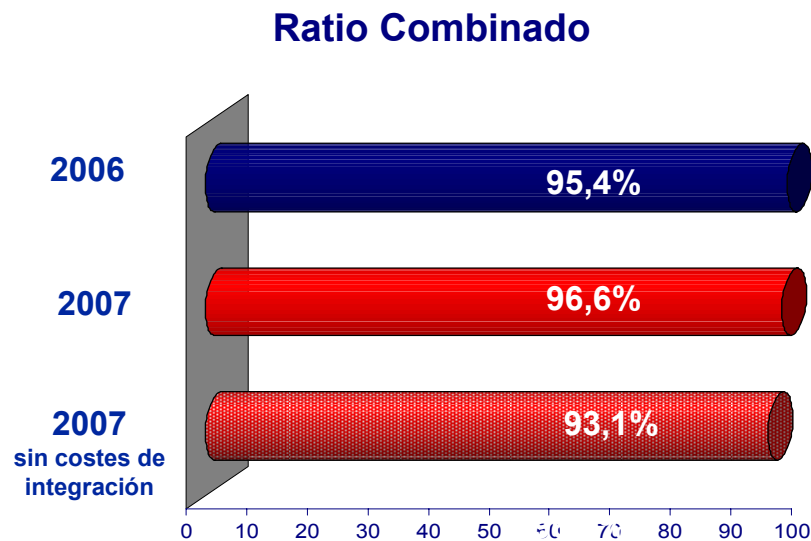
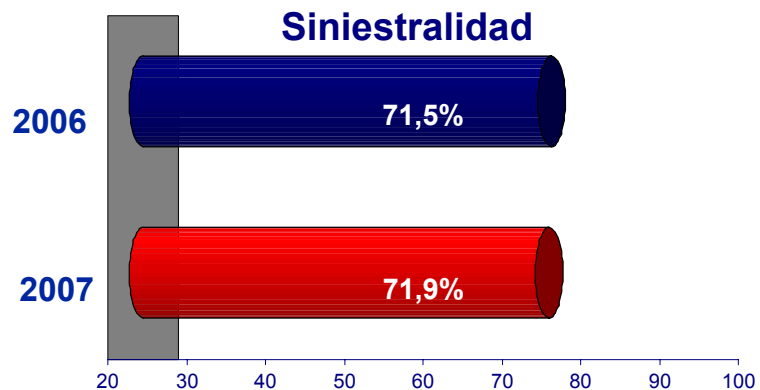
*Ratio de pólizas por cliente de AXA (sin DS)*



# Negocio No Vida de AXA España



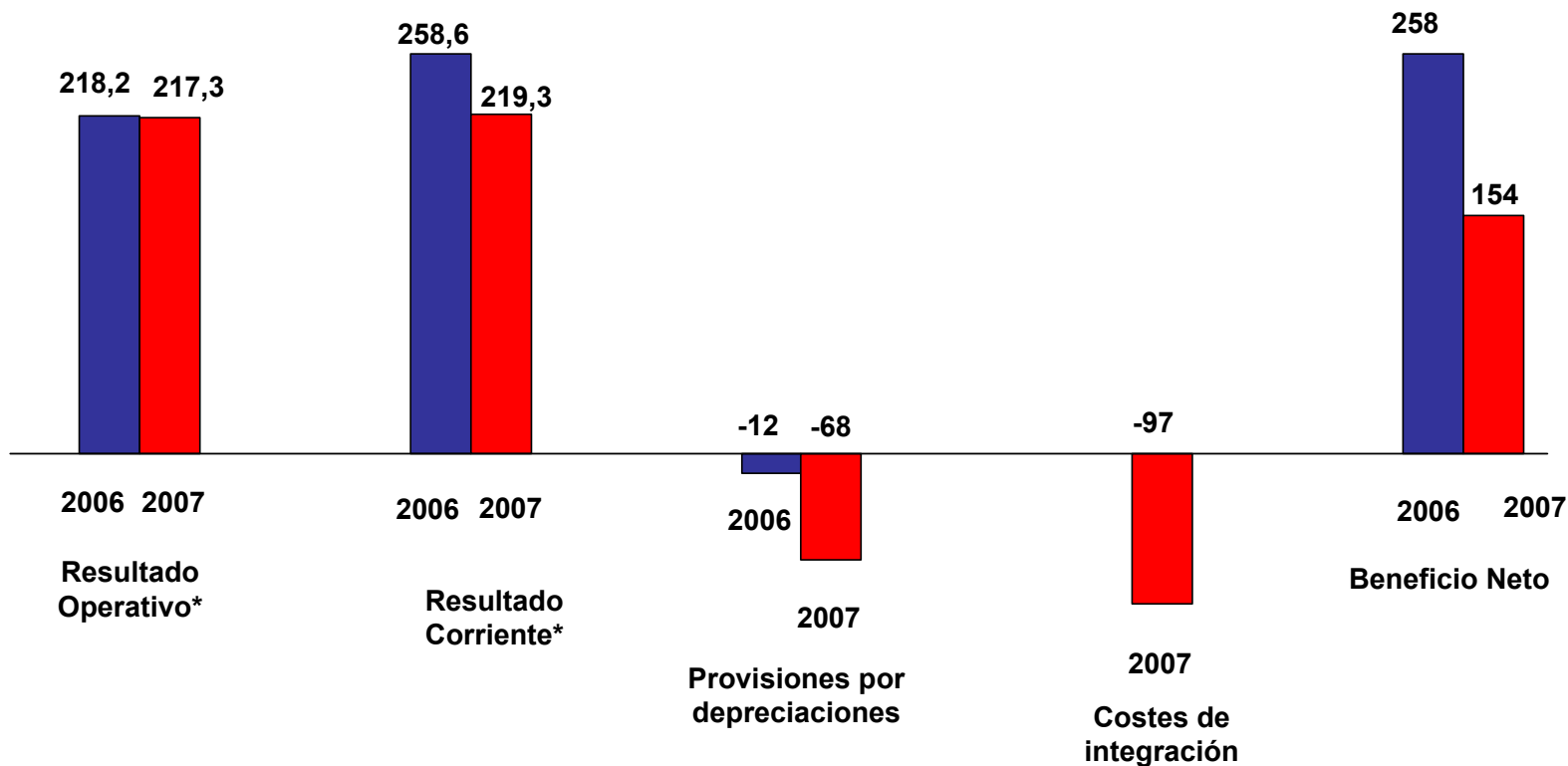
*Los principales índices siguen bajo control tras integrar Winterthur*



*(Incluye Direct)*



# Resultado 2007 condicionado por los costes de la integración



Datos en millones de euros

**Resultado Operativo**- Actividad aseguradora incluidos rendimientos financieros sin plusvalías, minusvalías y costes de integración

**Resultado Corriente**- Actividad aseguradora, rendimientos financieros, incluidas plusvalías/minusvalías, y sin costes de integración



\*Cifras obtenidas con criterios contables internos de AXA (no sometidos a auditoría) y quizá no exactamente iguales a los utilizados por otras compañías bajo esta denominación.

# Proceso de integración



## *Principios: Velocidad, pragmatismo y transparencia*

- Uno de los tres países con mayor impacto (junto a Alemania y Bélgica)
- Integración en tiempo récord (pese a ser la mayor en la historia del seguro en España), sin perder negocio e incluso ganando clientes y pólizas.
- Una sola compañía para clientes, colaboradores y distribuidores.
- Regreso a la marca AXA tras un año de transición bajo el nombre AXA Winterthur con importantes campañas publicitarias.
- Paz social tras la firma del protocolo de fusión con los sindicatos a principios de 2007.
- Fuerte identificación de los colaboradores con AXA (participación del 81% en el Shareplan 07).
- Integración de los principales productos No Vida y lanzamiento de uno completamente nuevo en Vida: Accumulator.



# Proceso de Integración



## Principales hitos...

2006

- 02.10.06 Nombramiento Presidente / Consejero Delegado.
- 16.10.06 Nombramiento nuevo comité ejecutivo (n-1).
- 30.11.06 Nombramiento segundo nivel directivo (n-2).

2007

- 01.01.07 Lanzamiento de AXA Winterthur (campana de Publicidad, Web...)
- 12.01.07 Primera Convención anual de Distribución y Ventas.
- 15.02.07 Firma del protocolo de fusión.
- 01.03.07 Lanzamiento del primer producto unificado (Dinamicar).
- 10.04.07 Lanzamiento de Accumulator, primer producto totalmente nuevo y unificado.
- 01.07.07 Ordenación territorial unificada.
- 31.12.07 Organización jurídica de las sociedades (salvo Vida).



# Proceso de Integración



## *Principales hitos...*

2008

- 01.01.08 Unificación de la marca AXA: campaña publicitaria y lanzamiento de la nueva web e intranet.
- 03.04.08 Presentación de los primeros resultados del Grupo AXA.

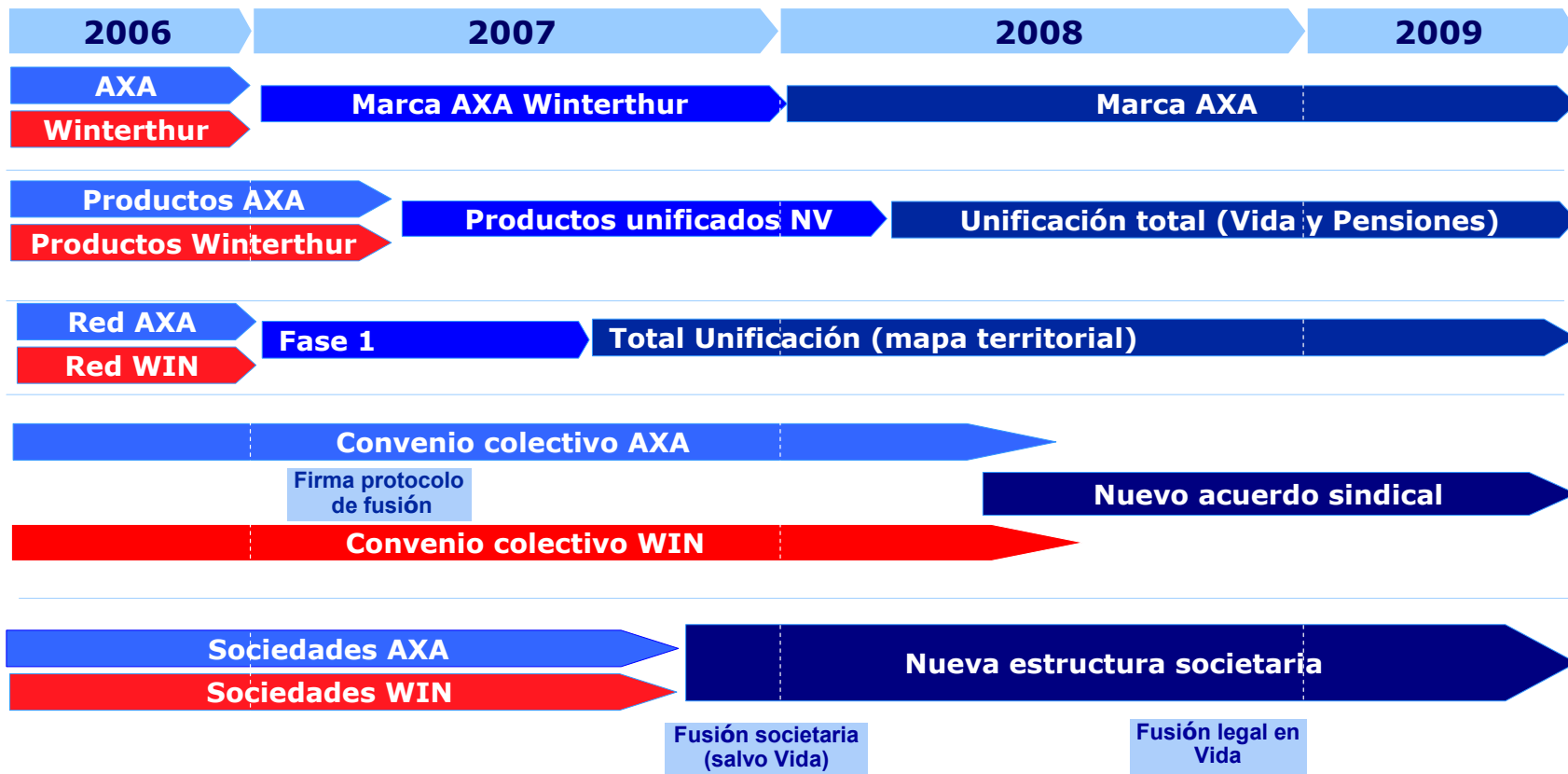
## *Próximos pasos...*

2008

- Unificación de los productos de Vida.
- Integración de los productos de Pensiones.
- Firma del nuevo convenio colectivo de AXA.
- Integración de Sistemas (IT)
- Culminar la integración societaria (Vida)



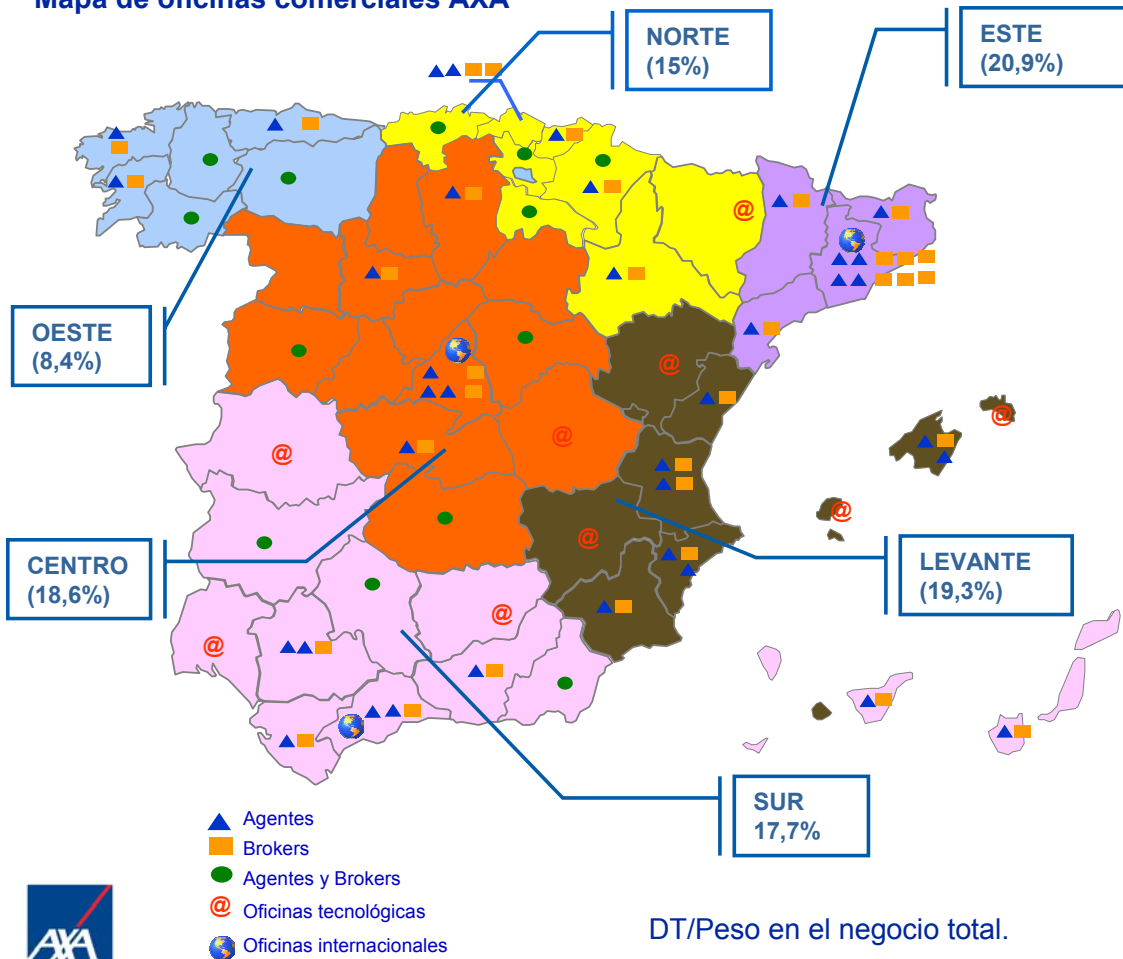
# Calendario de la Integración



# Una estructura más grande y cercana



Mapa de oficinas comerciales AXA



DT/Peso en el negocio total.

**Red Comercial**  
 Direcciones Territoriales-6  
 Dirección de Zona-23  
 Oficinas Comerciales-97

**Apertura Agencias 2007**  
 Aprobadas-147  
 Abiertas- 62  
 Pendientes-85

# Una red de distribución multicanal

TOTAL NEGOCIO 3.491 MILLONES\*



**Distribuidores exclusivos = 52%**  
**1.817 millones**

1.470 millones



Direct Seguros  
209 millones



Otros  
137 millones



(a) Consejeros Financieros- 30 millones

**Distribuidores independientes = 48%**  
**1.674 millones**

1.445 millones

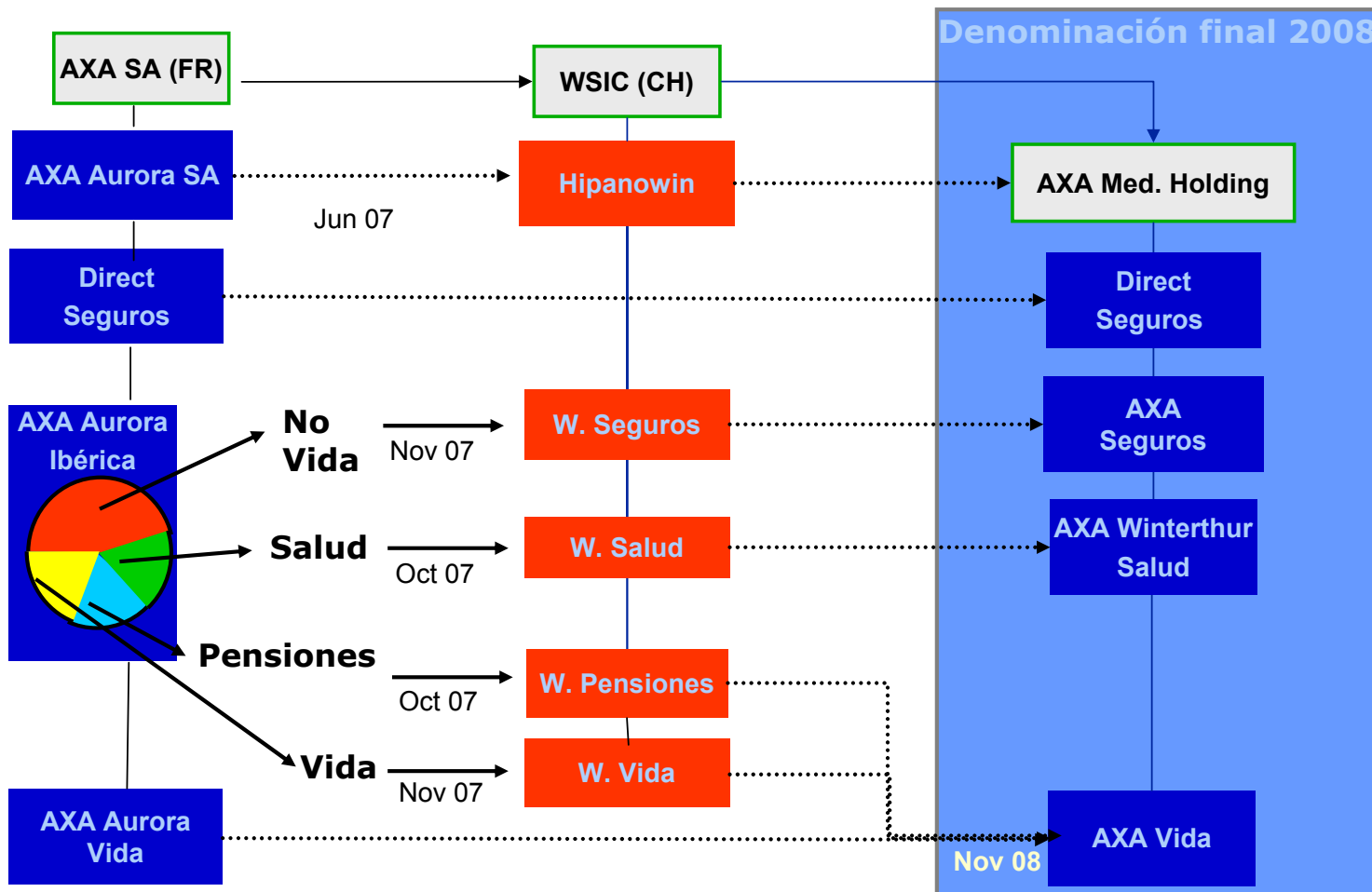


228 millones



\*Datos sin aportaciones de planes de pensiones

# Estructura societaria más clara



# Seguimos trabajando en..

- Culminar la integración de Winterthur.
- Potenciar fuertemente la marca AXA (inversión publicitaria)
- Fuerte orientación al cliente: calidad y servicio
- Crecer con rentabilidad en todos los ramos y canales, tanto en número de clientes como en primas.
- Desarrollar el negocio de Vida con Accumulator como impulsor.
- Impulsar alianzas estratégicas con entidades financieras
- Estar atentos a posibles compras



# Muchas gracias

