



Presentación Resultados 2006



Madrid, 12 de abril de 2007

Confía en la vida

Índice



- **1 : Negocio de AXA España**
- **2 : Negocio de Winterthur España**
- **3 : El nuevo Grupo AXA Winterthur**
 - **Composición de la cartera**
 - **Qué representa en el mercado español**
 - **Qué representa dentro de la Región Mediterránea**
 - **Primeros pasos en el proceso de integración**
 - **Retos y prioridades**

Negocio de AXA España



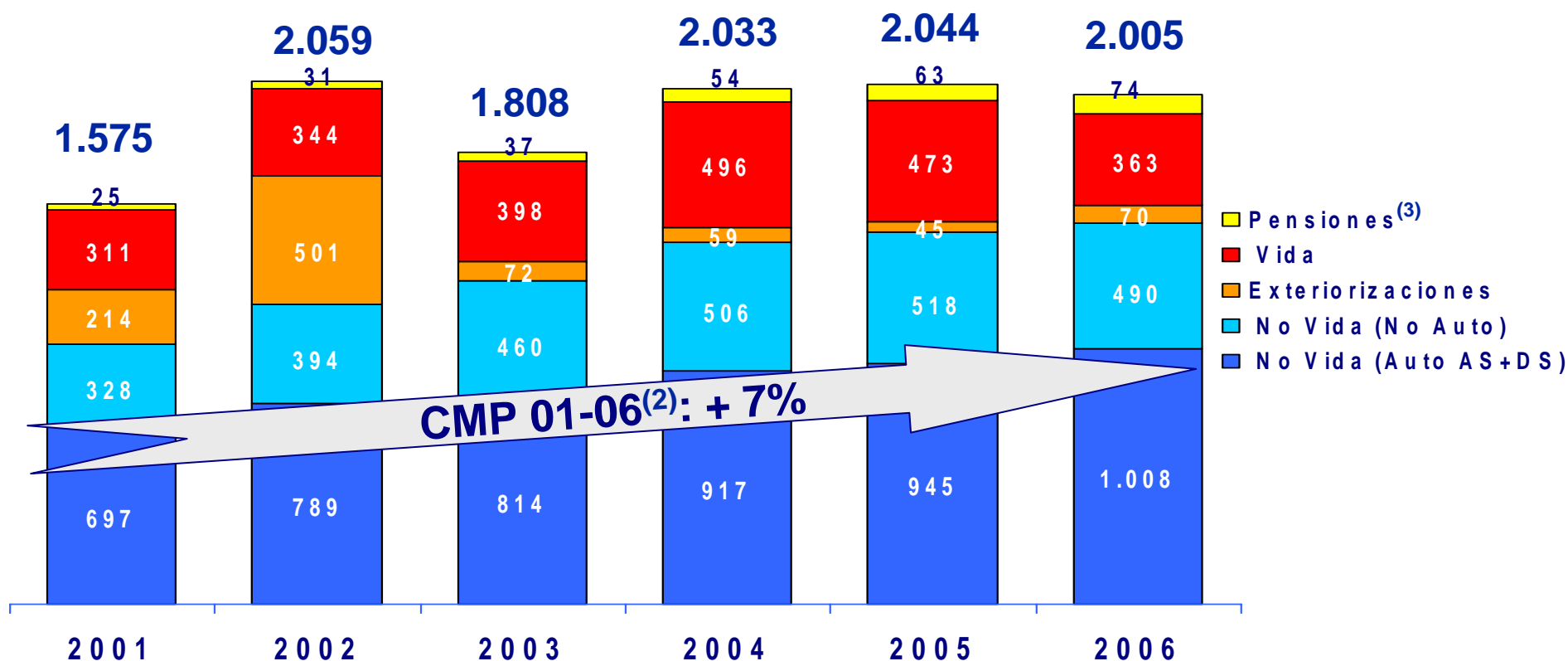
- Aumento del **beneficio neto de Vida** (7%) pese al descenso de primas
- Incremento del **negocio de Auto** por encima de la media del mercado (6,6%)
- Aumentos en **Particulares** (12,3%), **Salud** (7,9%), **Accidentes** (6,9%) y aportaciones a **Planes de Pensiones** (17,6%) y a **Fondos de Inversión** (37,3%)
- Incremento del número de **clientes** (6,4%) y de **pólizas** (9,2%) y **partícipes** en planes pensiones (18%)
- Aumento de los **activos gestionados** (6,8%)
- **Beneficio neto de AXA España** por encima de los 100 millones.
- **Activos Gestionados** (6,8%) y del **Patrimonio de Fondos de Inversión** (50,9%).

Negocio de AXA España



Evolución del volumen de negocio en los últimos años⁽¹⁾

Cifras en millones €



(1) Datos en contabilidad local (*Spanish GAAP*). Primas de seguro directo y reaseguro aceptado.
 (2) Crecimiento anual medio ponderado en el período 2001-2006, neto del negocio de exteriorización
 (3) Aportaciones netas

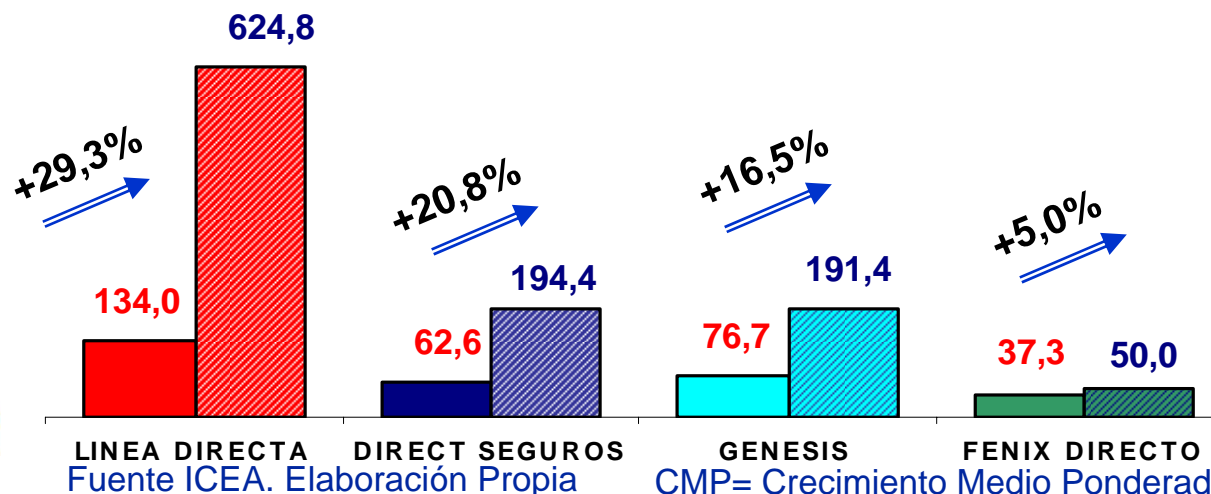
Negocio de AXA España



Direct se sitúa como la segunda aseguradora directa en España

Entidad	CIERRE 2006					CIERRE 2005					2000 - 2006
	Primas Auto	Crec. (%)	Cuota Millones €	Rnk Merc. Venta Dir.	Rnk	Primas Auto	Crec. (%)	Cuota Millones €	Rnk Merc. Venta Dir.	Rnk	CMP (%)
LINEA DIRECTA	624,8	10,8%	61,0	5,1%	1	563,8	15,5%	75,6	4,8%	1	29,3%
DIRECT SEGUROS	194,4	11,3%	19,8	1,6%	2	174,6	12,0%	18,7	1,5%	3	20,8%
GENESIS	191,4	4,8%	8,8	1,6%	3	182,6	7,9%	13,4	1,6%	2	16,5%
FENIX DIRECTO	50,0	36,3%	13,3	0,4%	4	36,7	11,8%	3,9	0,3%	4	5,0%

PRIMAS AUTO (2000 - 2006) CMP

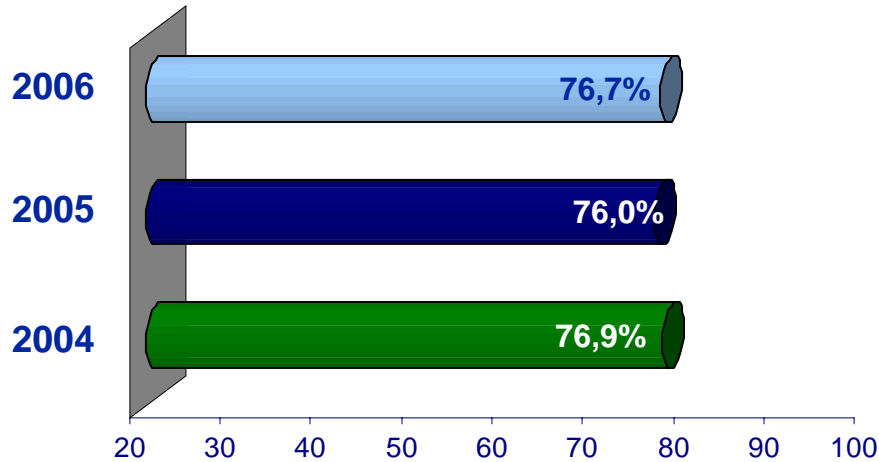


Negocio No Vida de AXA España

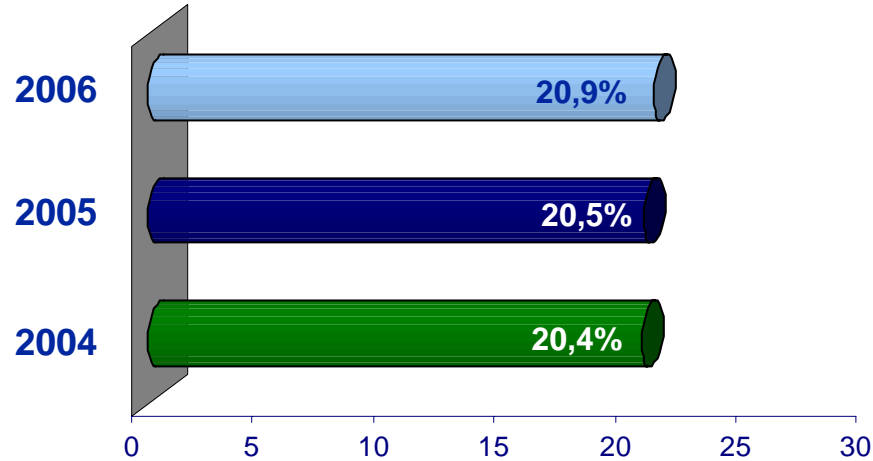


Principales índices bajo control en los últimos 3 años

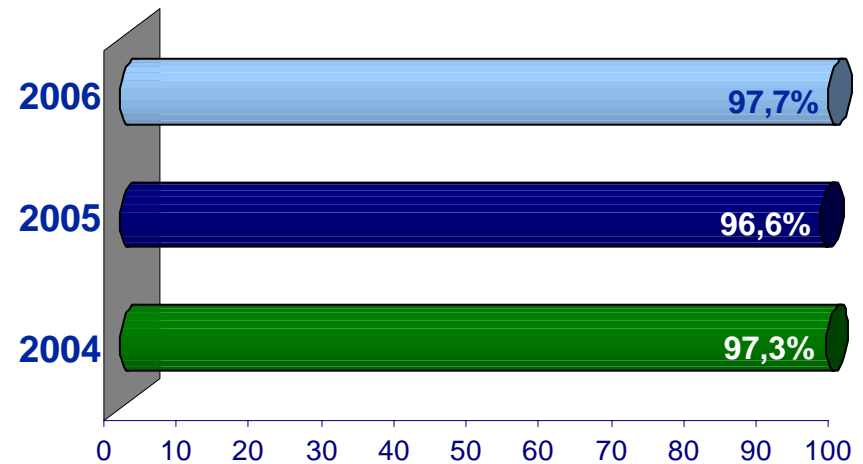
Siniestralidad



Gastos No Vida



Ratio Combinado



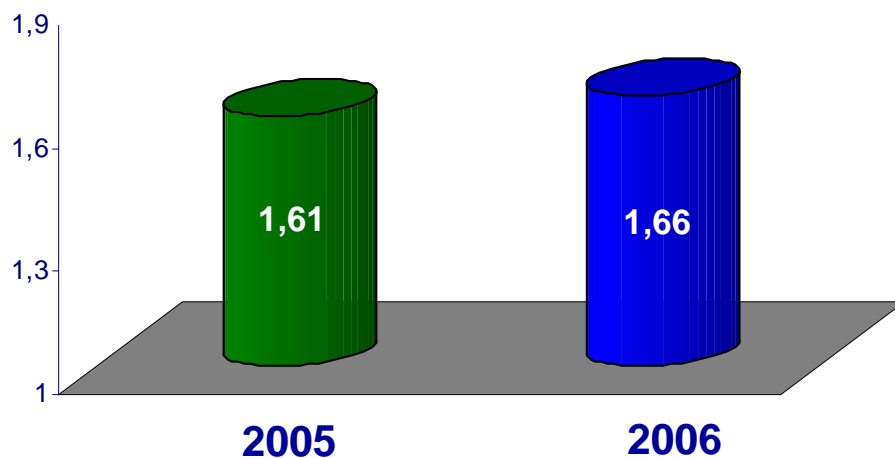
Criterio DGS (Incluye Direct)

Negocio de AXA España

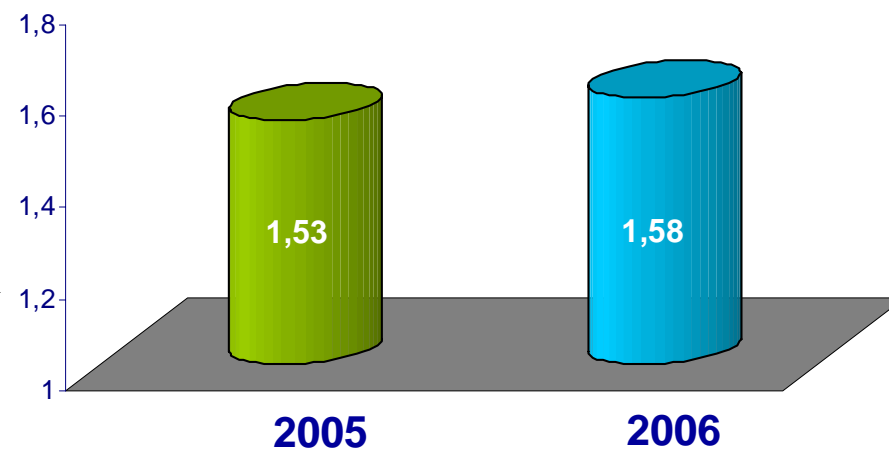


Ratio de Pólizas por cliente

AXA (Sin Direct Seguros)



AXA + Direct Seguros



(1) Nº clientes 2005: 2,3 M.

(1) Nº clientes 2006: 2,5 M.

6,4%

Nº pólizas 2005: 3,5 M.

Nº pólizas 2006: 3,8 M.

9,2%

Índice



- 1 : **Negocio de AXA España**
- 2 : **Negocio de Winterthur España**
- 3 : **El nuevo Grupo AXA Winterthur**
 - **Composición de la cartera**
 - **Qué representa en el mercado español**
 - **Qué representa dentro de la Región Mediterránea**
 - **Primeros pasos en el proceso de integración**
 - **Retos y prioridades**

Negocio de Winterthur España



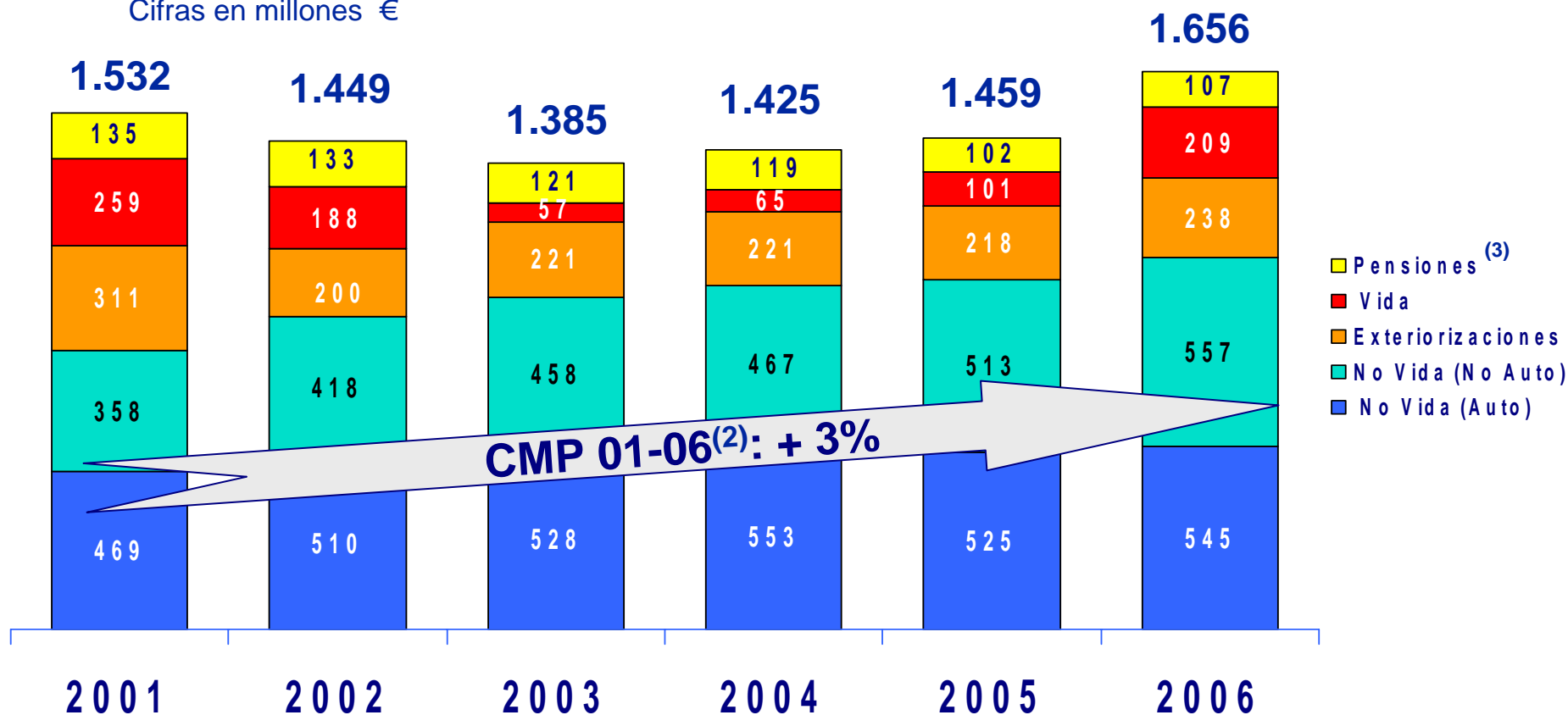
- ✓ Aumento de dos dígitos del volumen de **negocio total** (13,5%)
- ✓ Incremento tanto de beneficio neto como del negocio de Winterthur **Salud**
- ✓ Aumento del negocio de **No Vida** (6,2%) en línea con la media del mercado
- ✓ Fuerte incremento del negocio de **Vida** (40,2%)
- ✓ Aumento del número de **clientes** (5,5%) y **pólizas** (4,2%)
- ✓ Descenso del ratio de **gastos totales** (-1,2 pp)
- ✓ Ratio de siniestralidad por debajo de la media del mercado
- ✓ **Beneficio neto total** destacado que constata la rentabilidad del negocio

Negocio de Winterthur España



Evolución del volumen de negocio en los últimos años ⁽¹⁾

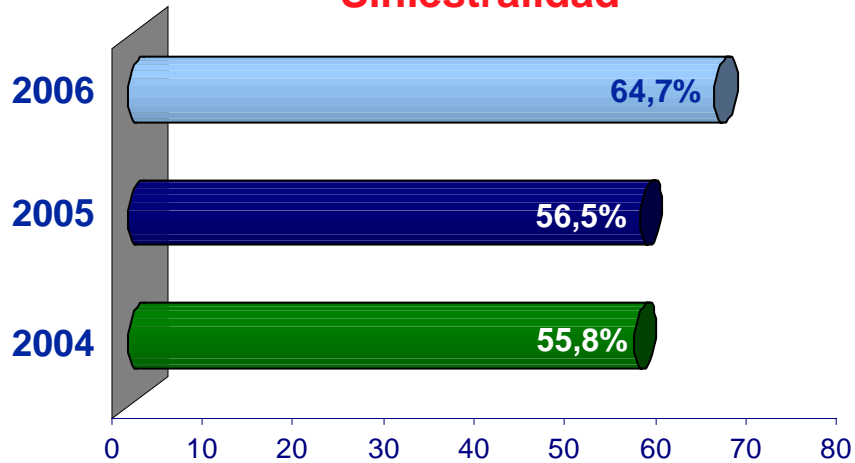
Cifras en millones €



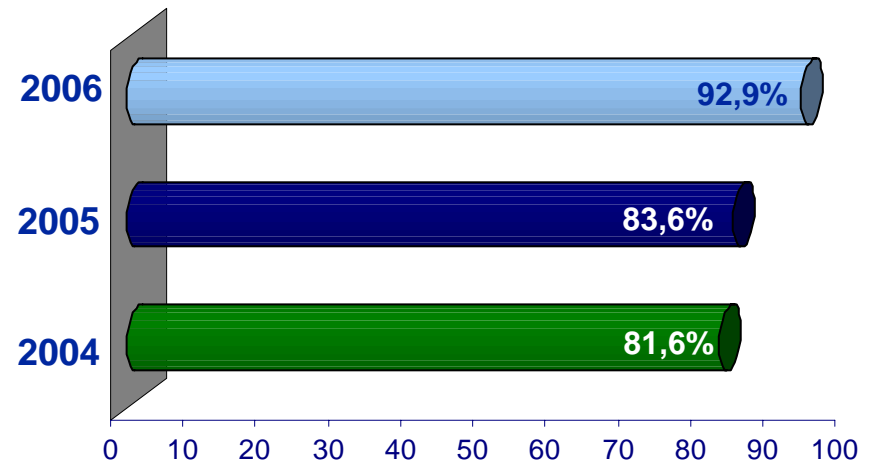
Negocio No Vida Winterthur España



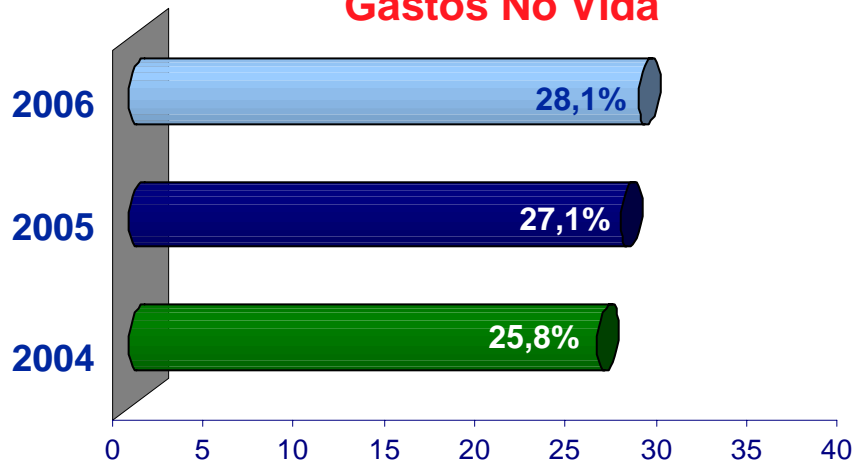
Siniestralidad



Ratio Combinado



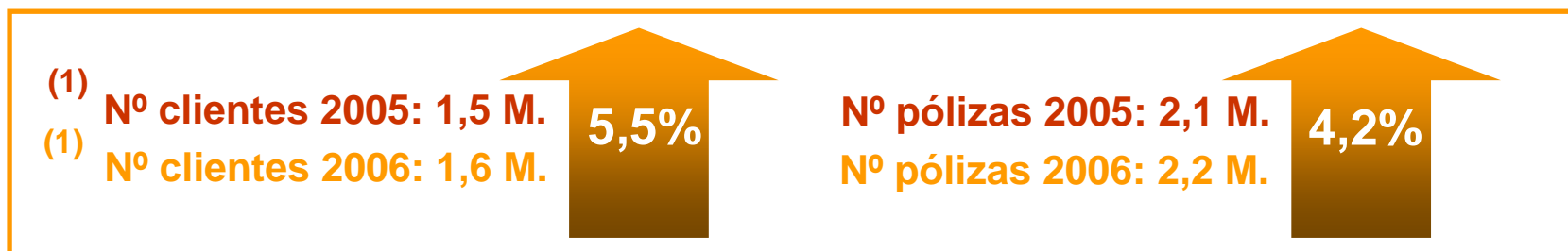
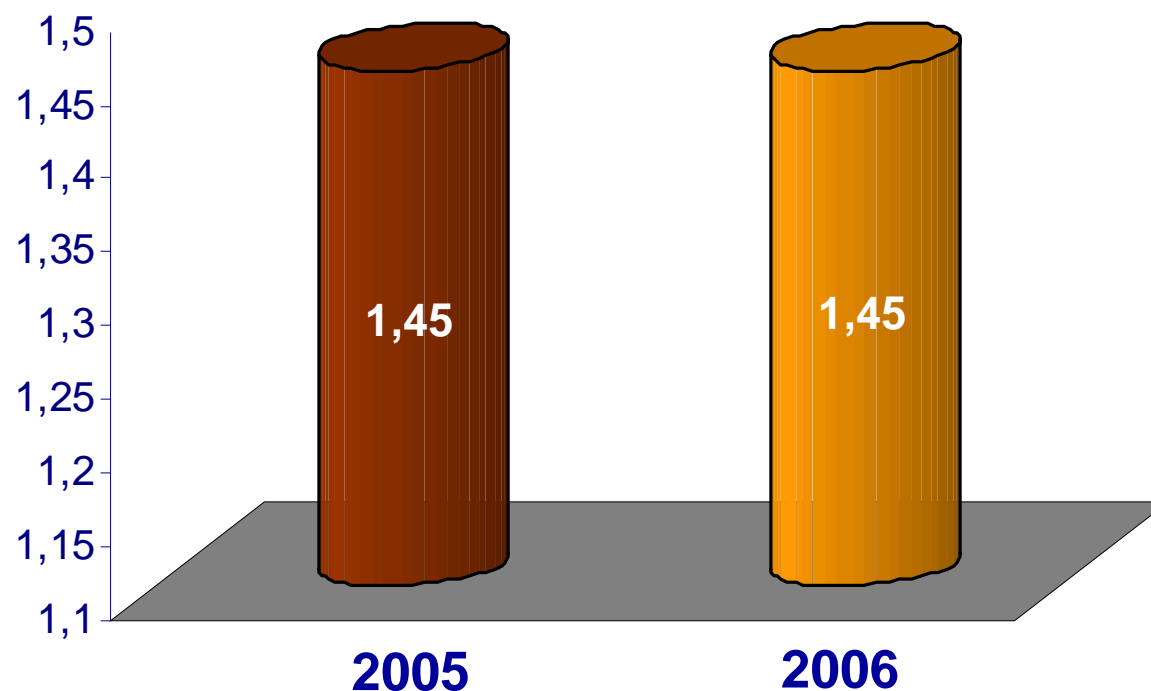
Gastos No Vida



Negocio de Winterthur



Ratio de pólizas por cliente



Índice



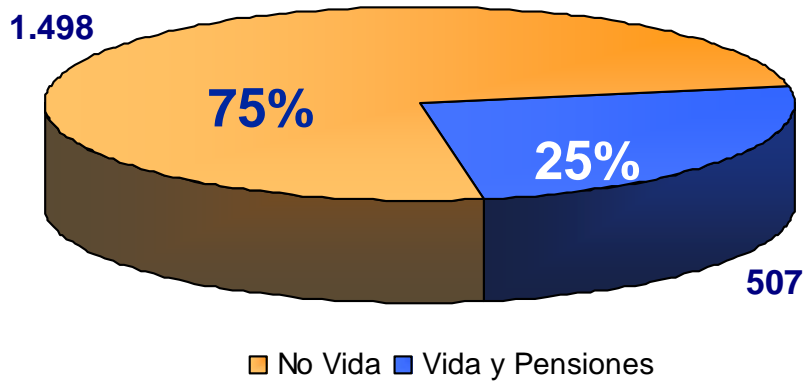
- 1 : Negocio de AXA España
- 2 : Negocio de Winterthur España
- 3 : **El nuevo Grupo AXA Winterthur**
 - **Composición de la cartera**
 - Qué representa en el mercado español
 - Qué representa dentro de la Región Mediterránea
 - Primeros pasos en el proceso de integración
 - Retos y prioridades

Composición de la cartera

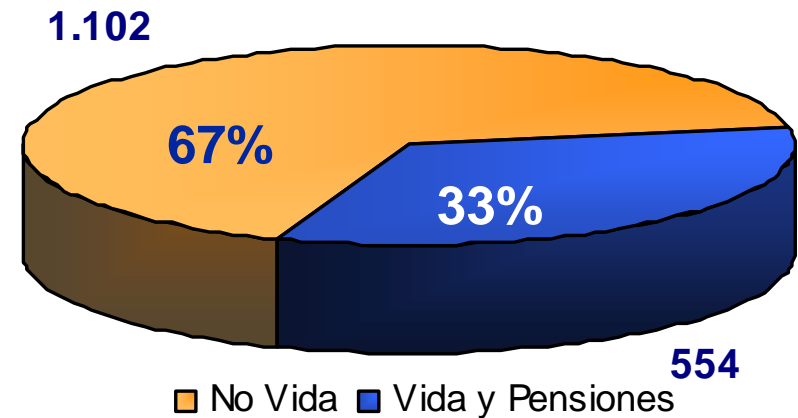


Carteras parecidas, con predominio del negocio de No Vida

AXA 2006: 2.005 millones €



WINTERTHUR 2006: 1.656 millones €

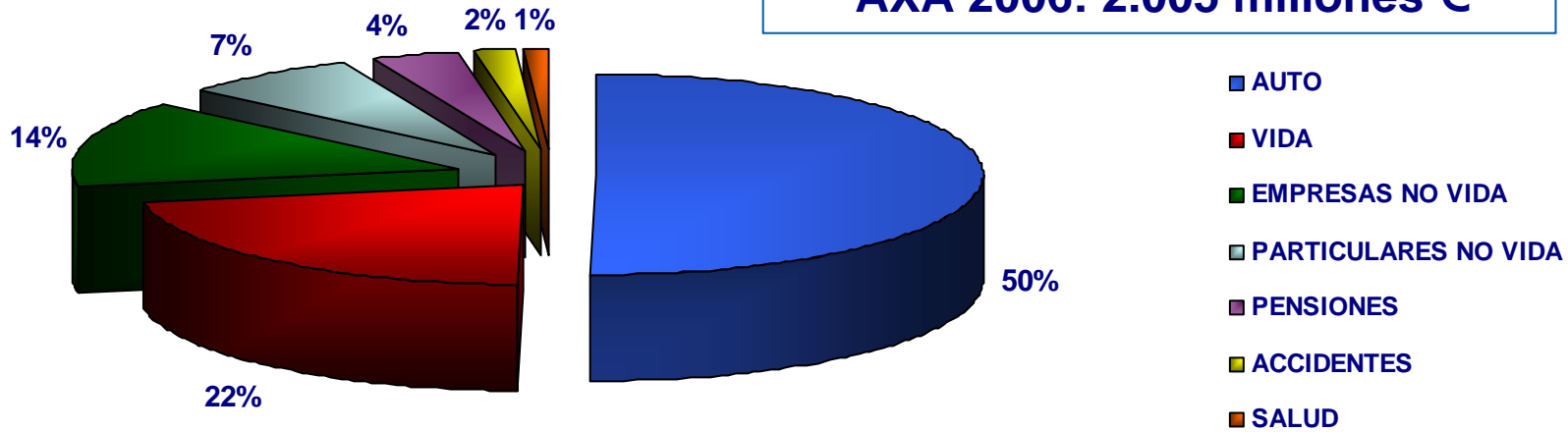


Composición de la cartera

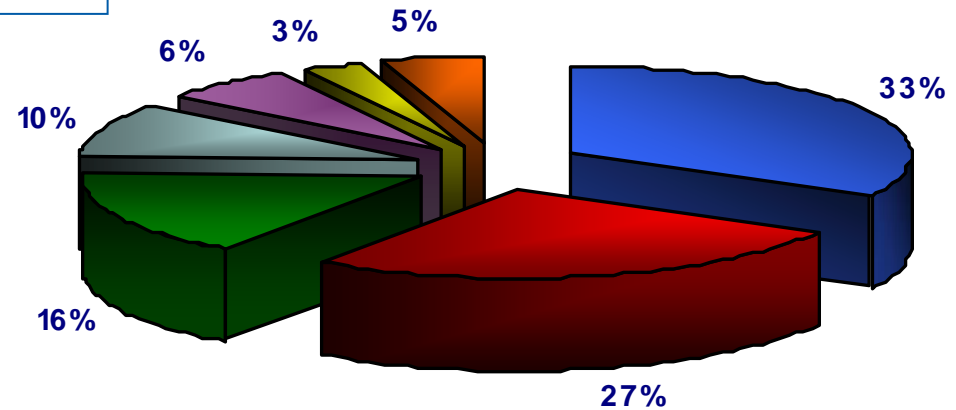


Fuerte peso de Auto

AXA 2006: 2.005 millones €



WINTERTHUR 2006: 1.656 millones €

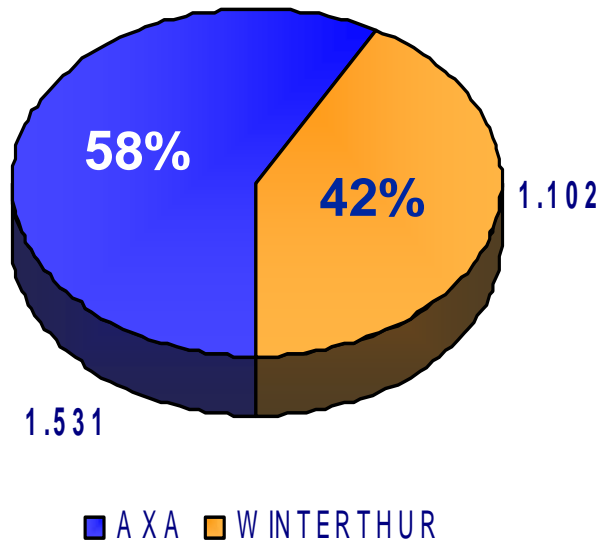


Composición de la cartera

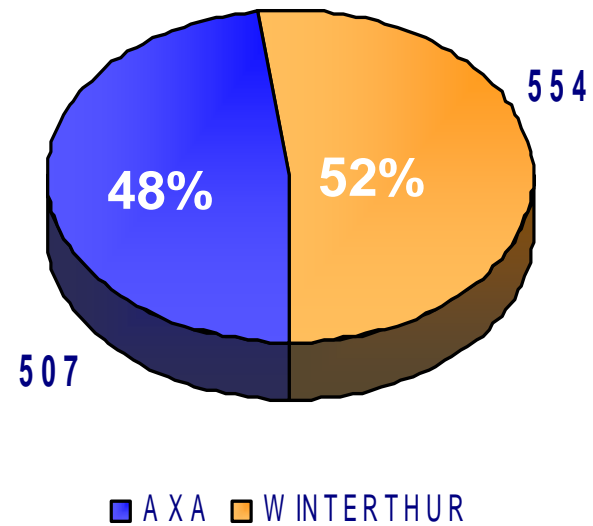


Complementariedad del negocio

AXA aporta más en No Vida



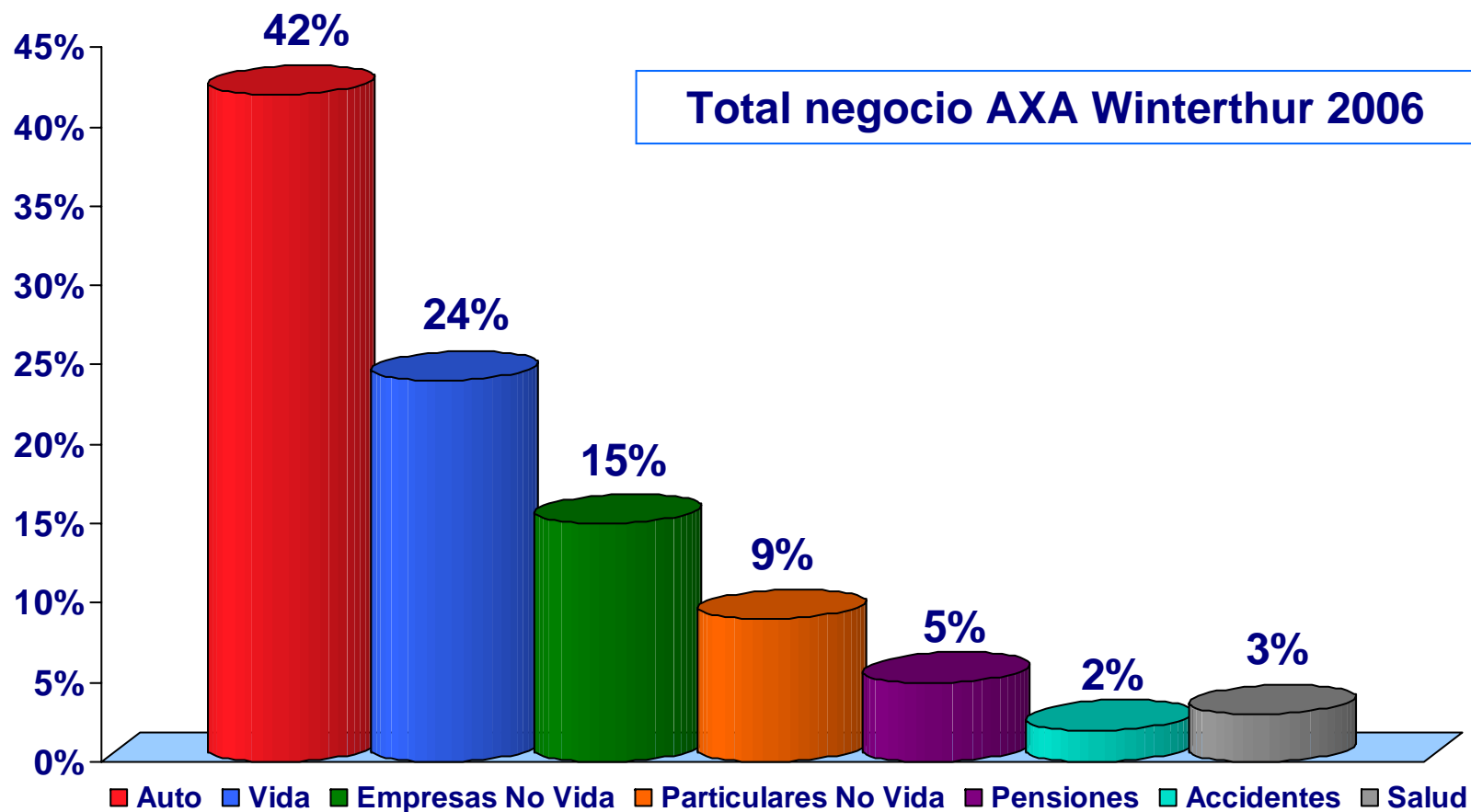
Winterthur aporta más en Vida y Pensiones



Composición de la cartera



El nuevo Grupo cuenta con una cartera más equilibrada con un peso destacado en No Vida



Índice

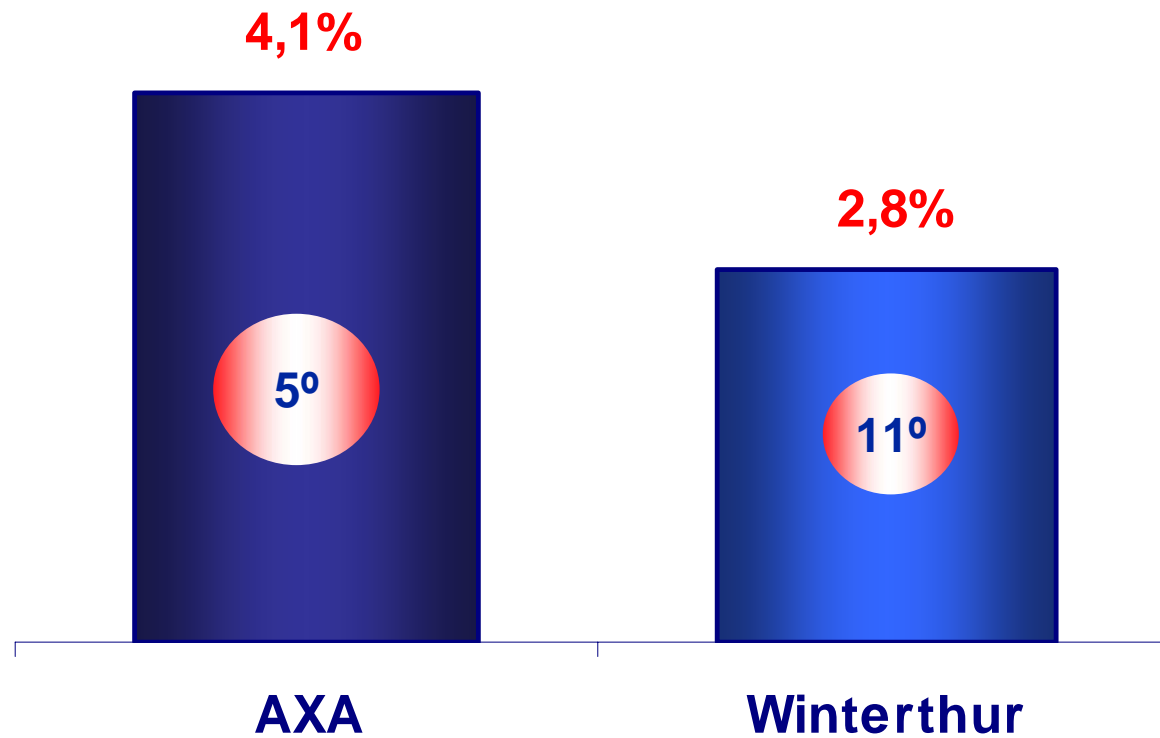


- 1 : **Negocio de AXA España**
- 2 : **Negocio de Winterthur España**
- 3 : **El nuevo Grupo AXA Winterthur**
 - **Composición de la cartera**
 - **Qué representa en el mercado español**
 - **Qué representa dentro de la Región Mediterránea**
 - **Primeros pasos en el proceso de integración**
 - **Retos y prioridades**

Qué representa AXA Winterthur



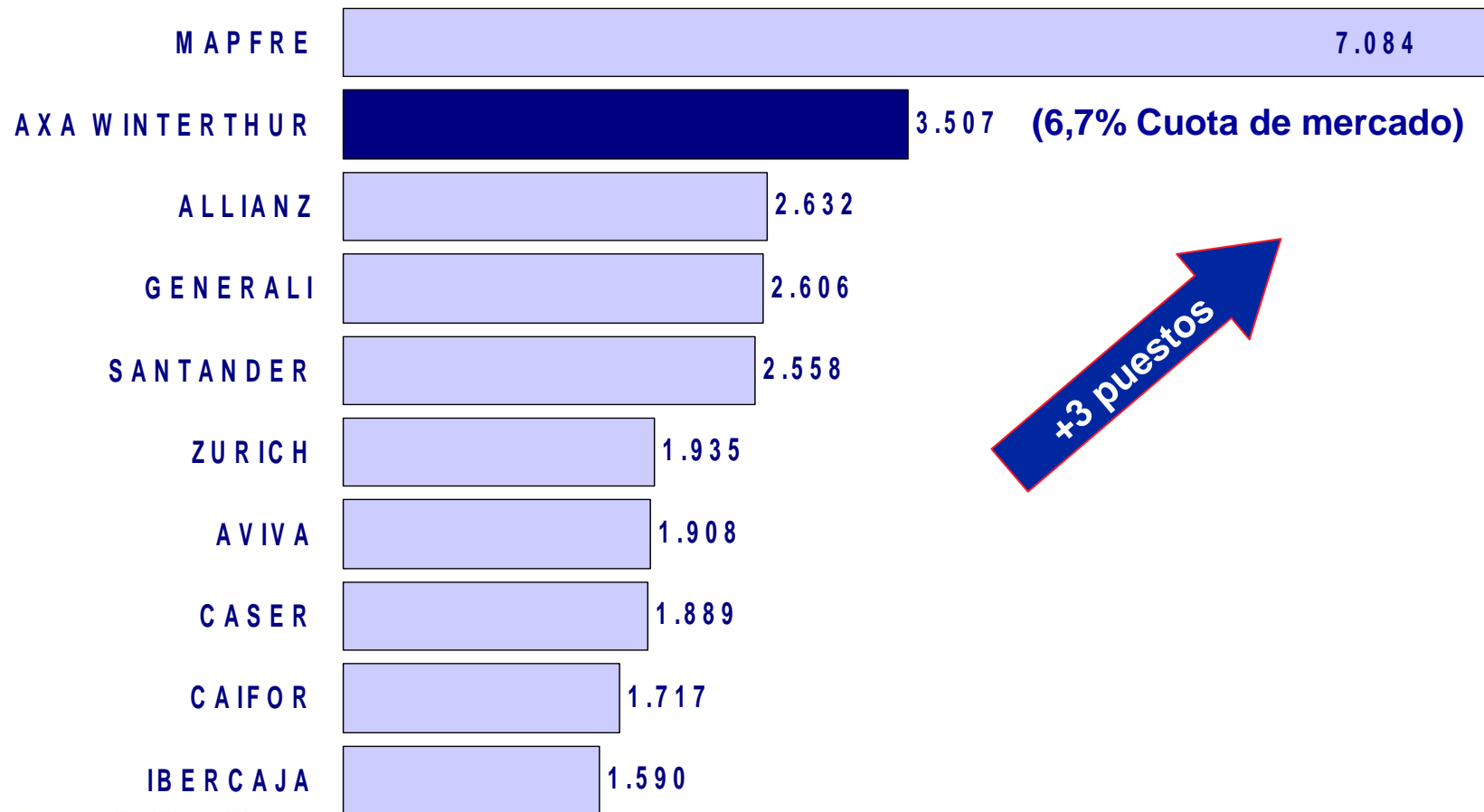
TOTAL VIDA + NO VIDA 2005 – Ranking y Cuota de Mercado



Qué representa AXA Winterthur



TOTAL MERCADO - Ranking por Grupos 2006 (millones €)

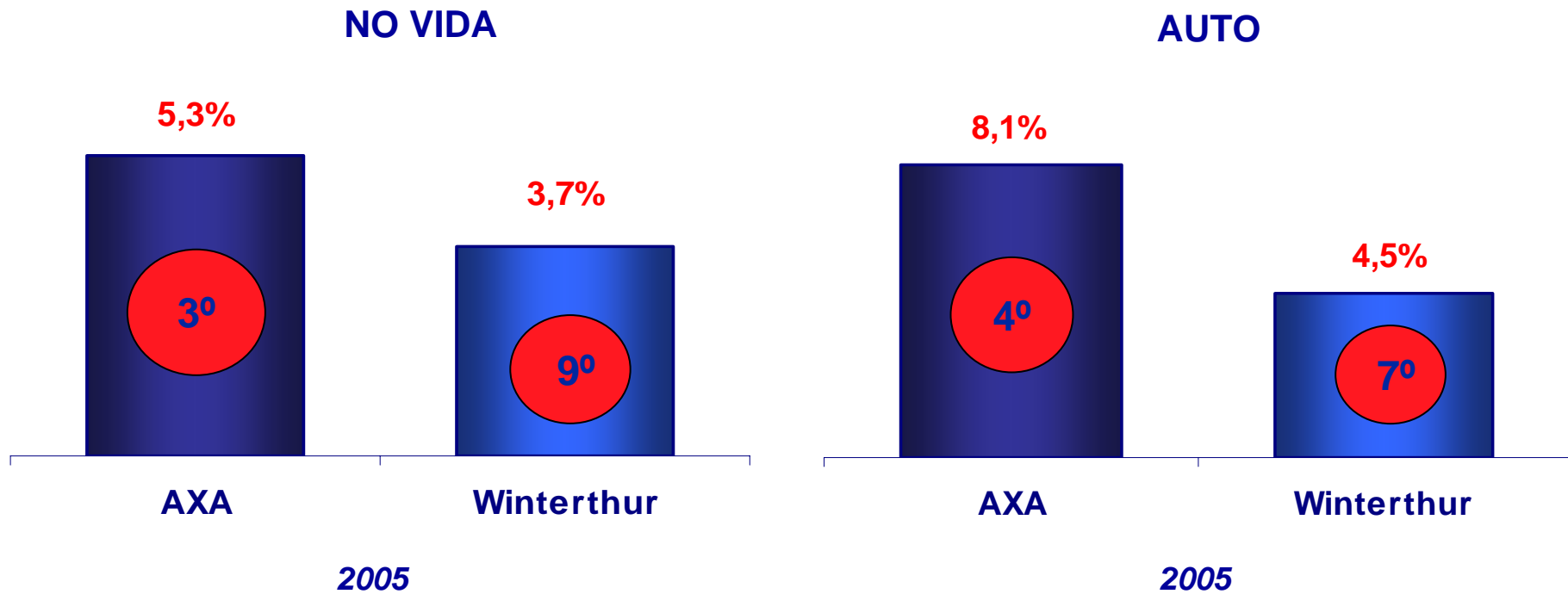


+3 puestos

Qué representa AXA Winterthur



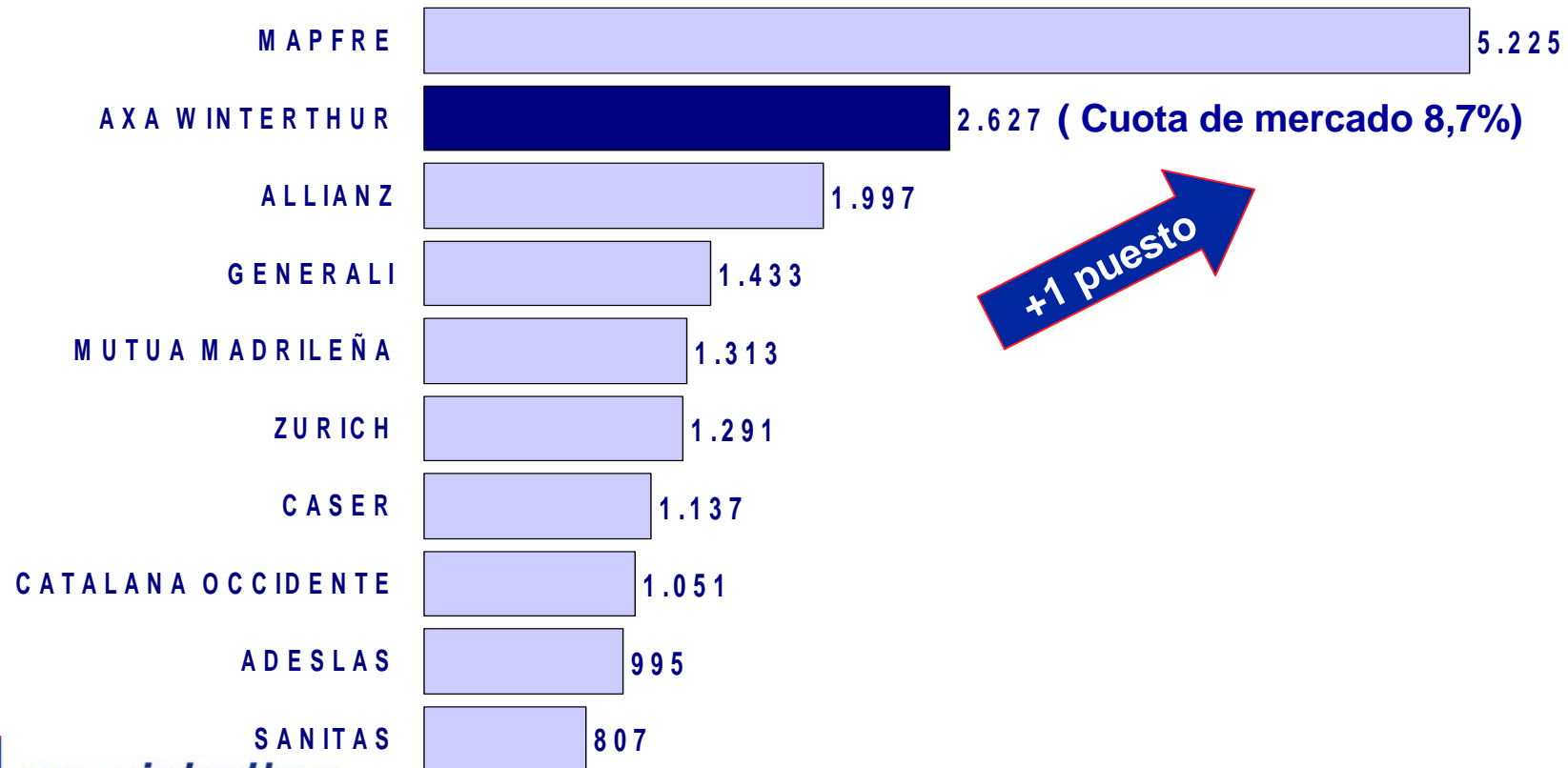
TOTAL NO VIDA 2005 – Ranking y Cuota de Mercado



Qué representa AXA Winterthur



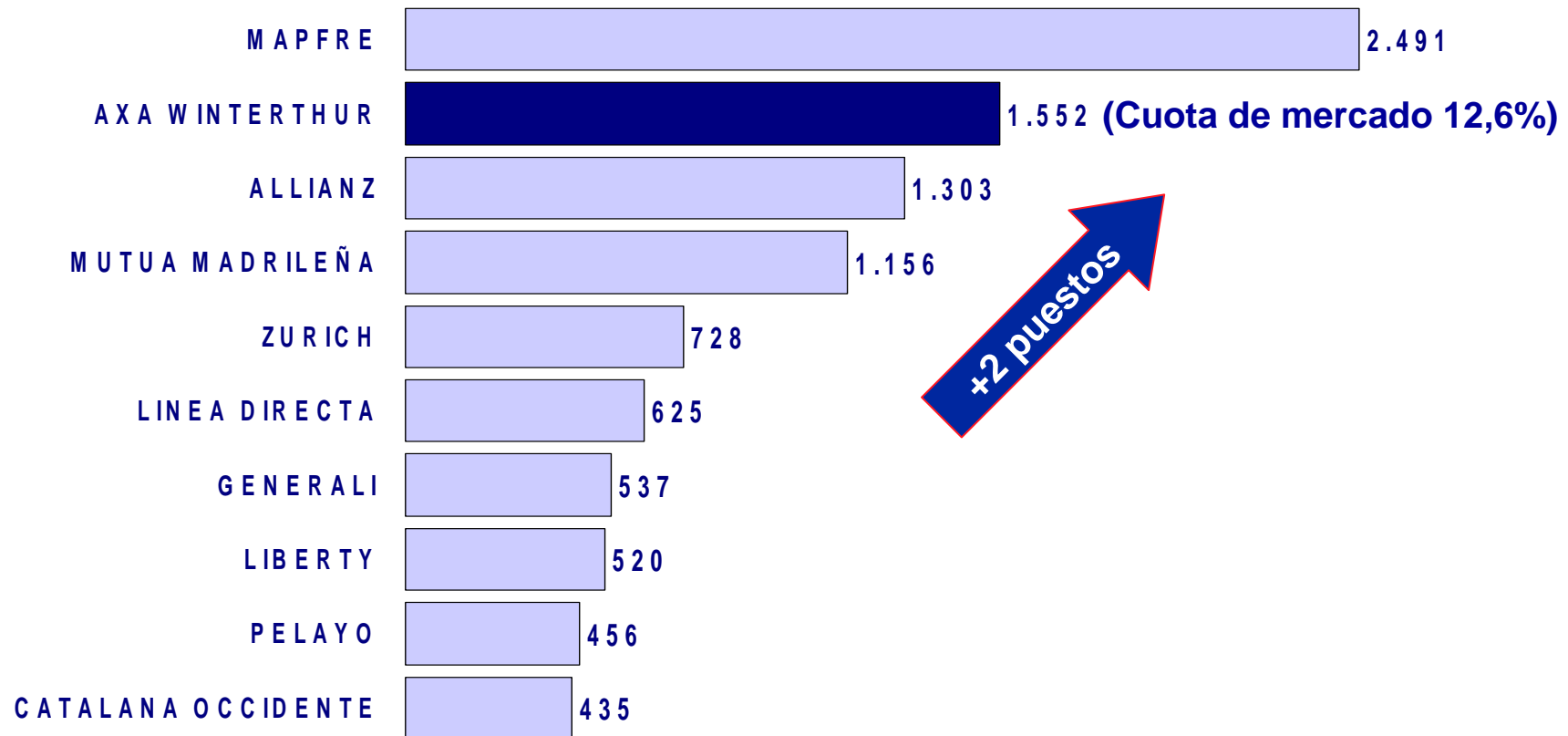
TOTAL NO VIDA - Ranking por Grupos 2006 (millones €)



Qué representa AXA Winterthur



TOTAL NO VIDA (AUTO) - Ranking por Grupos 2006 (millones €)

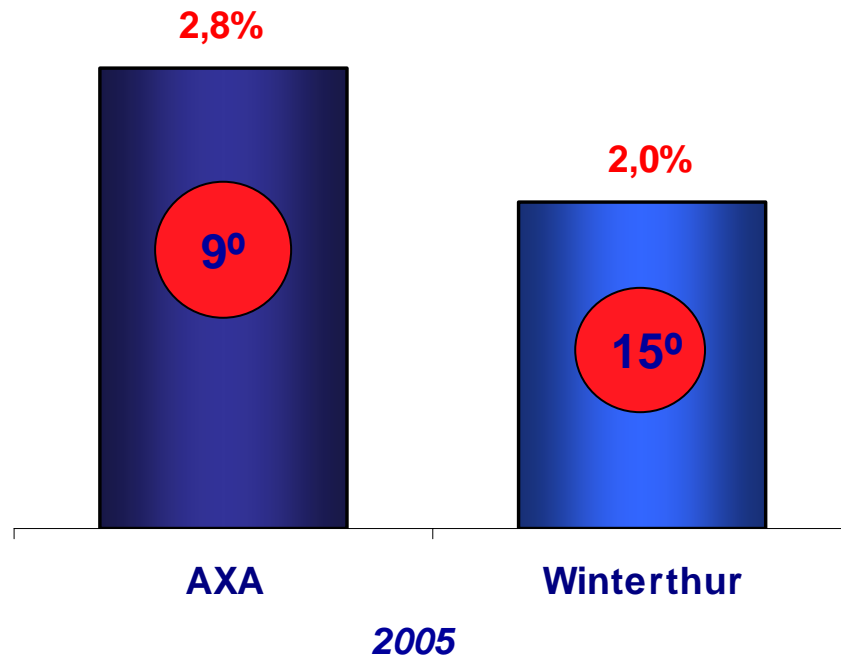


Qué representa AXA Winterthur

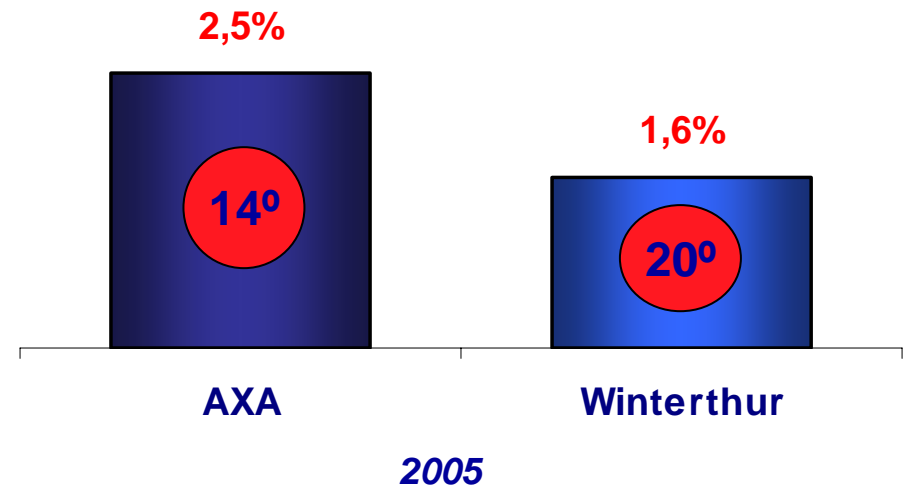


TOTAL VIDA 2005 – Ranking y Cuota de Mercado

VIDA (Provisiones)



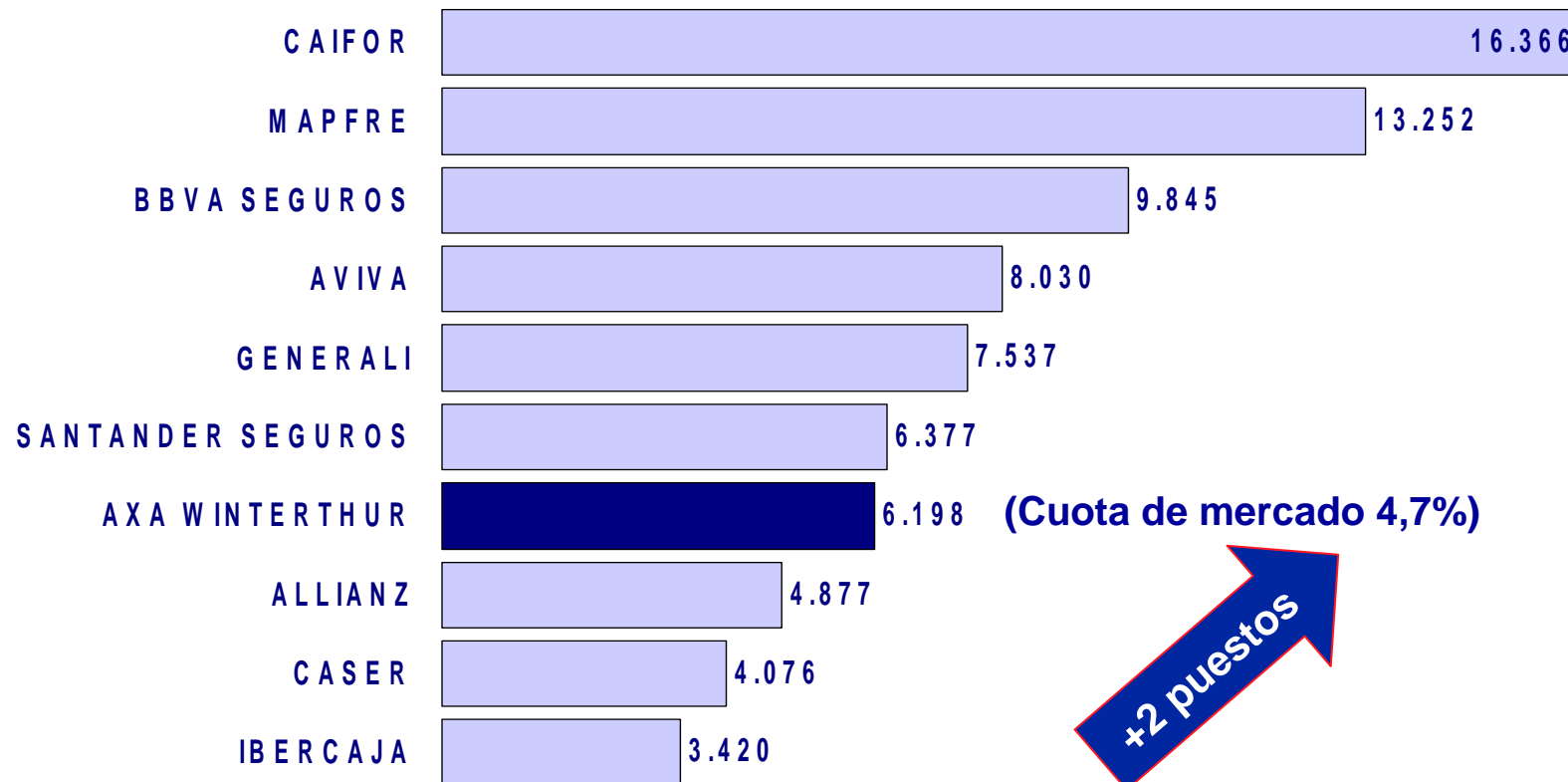
VIDA (Primas)



Qué representa AXA Winterthur



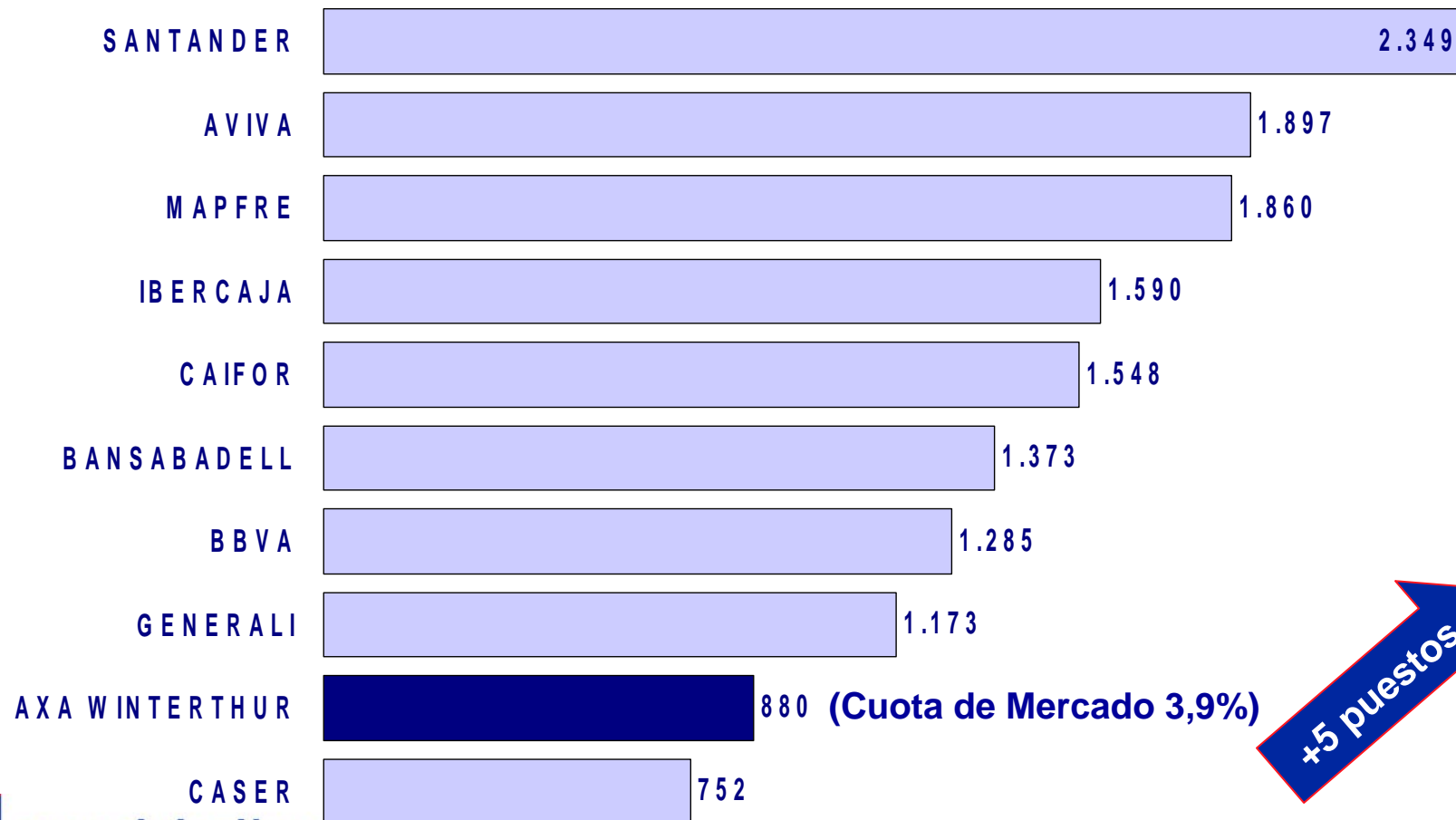
TOTAL VIDA (Provisiones) - Ranking por Grupos 2006 (millones €)



Qué representa AXA Winterthur



TOTAL VIDA (Primas) - Ranking por Grupos 2006 (millones €)



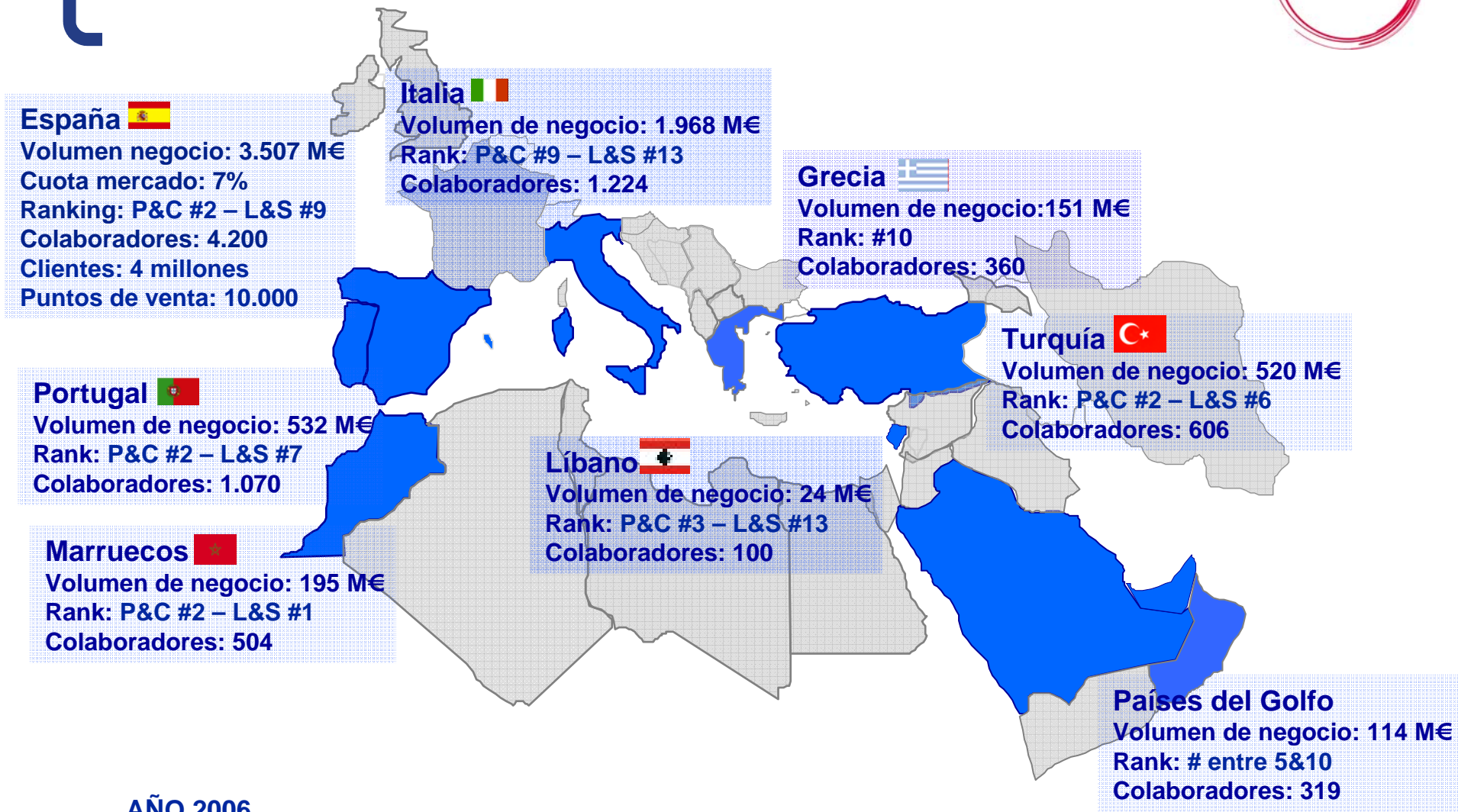
+5 puestos

Índice



- 1 : Negocio de AXA España
- 2 : Negocio de Winterthur España
- 3 : **El nuevo Grupo AXA Winterthur**
 - Composición de la cartera
 - Qué representa en el mercado español
 - **Qué representa dentro de la Región Mediterránea**
 - Primeros pasos en el proceso de integración
 - Retos y prioridades

La Región en cifras

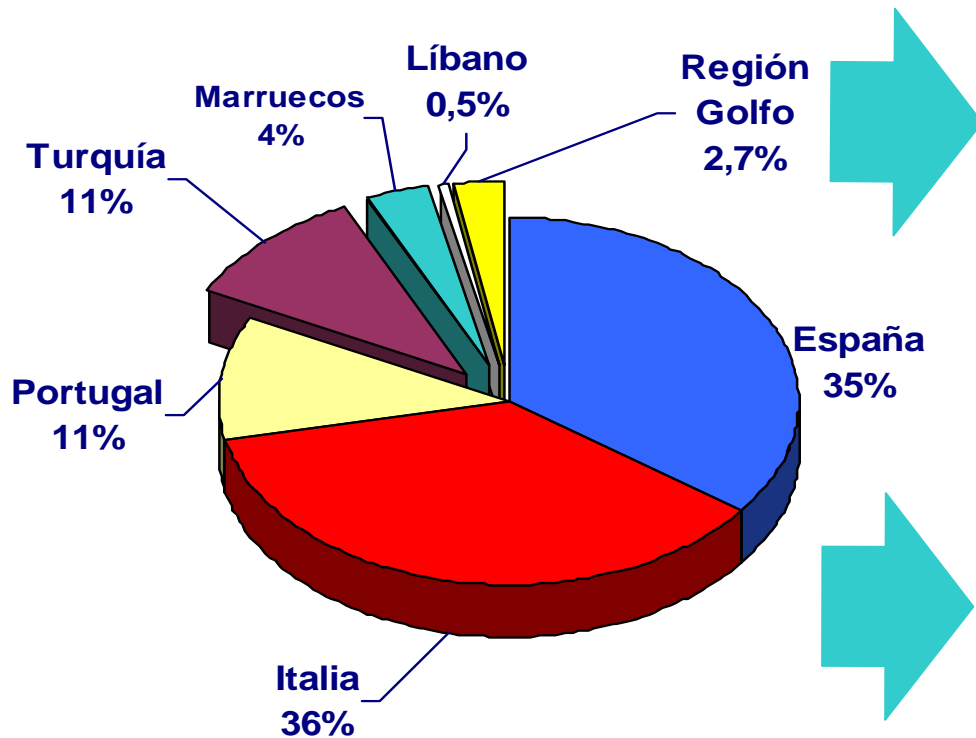


AÑO 2006
(Sin MPS)

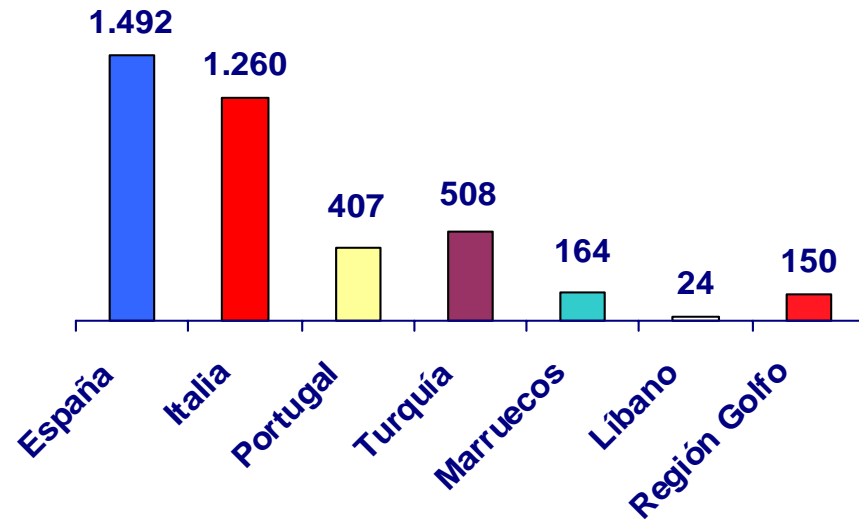
Contribución por países



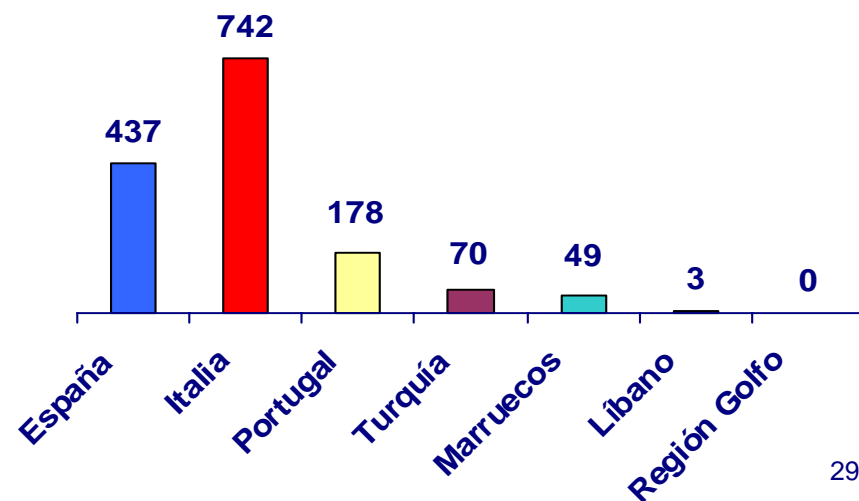
INGRESOS BRUTOS 2006 :
5.484 millones €(+4%)



73% : NO VIDA: 4.005 millones €(+7%)



27% : VIDA: 1.479 millones €(-5%)



Estudio regional completo que incluye los resultados no auditados de la Región del Golfo y Líbano los cuales no están consolidados en las cuentas de Grupo.

Excluye Winterthur, Grecia y MPS



Índice



- 1 : Negocio de AXA España
- 2 : Negocio de Winterthur España
- 3 : El nuevo Grupo AXA Winterthur
 - Composición de la cartera
 - Qué representa en el mercado español
 - Qué representa dentro de la Región Mediterránea
 - **Primeros pasos en el proceso de integración**
 - Retos y prioridades

Proceso de integración



Balance del proceso de integración

En costes

$$1 + 1 = 1,5$$

En sinergias

$$1 + 1 > 2$$

Proceso de integración



Balance del proceso de integración tras los primeros 100 días...

- **Aceleración considerable de la integración** tras la definición de organigrama, nombramiento de nuevos equipos de dirección y organización de la misma.
- **Estrategia de unificación de productos** definida con el lanzamiento de los dos principales productos de No Vida: Auto y Hogar.
- **Fuerza comercial reorganizada** en torno a las nuevas Direcciones Territoriales de la Zona. Finalización del Road Show Distribución entre los 500 principales Distribuidores. Objetivo: asegurar su vinculación con el nuevo proyecto AXA Winterthur.
- Éxito de la campaña de publicidad de **lanzamiento de la nueva marca**.
- **Acuerdo** alcanzado con todos los **responsables sociales** tras la reestructuración de personal.
- **Fusión jurídica** prevista para noviembre de 2007.

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 Intranet y Web unificadas.**

11.01.07 **Visita Henri de Castries, Presidente del Grupo AXA**

12.01.07 **Convención anual de Distribución y Ventas (Valencia)**

16.01.07 **Acuerdo de distribución con Banesto**

Proceso de Integración



Principales hitos...

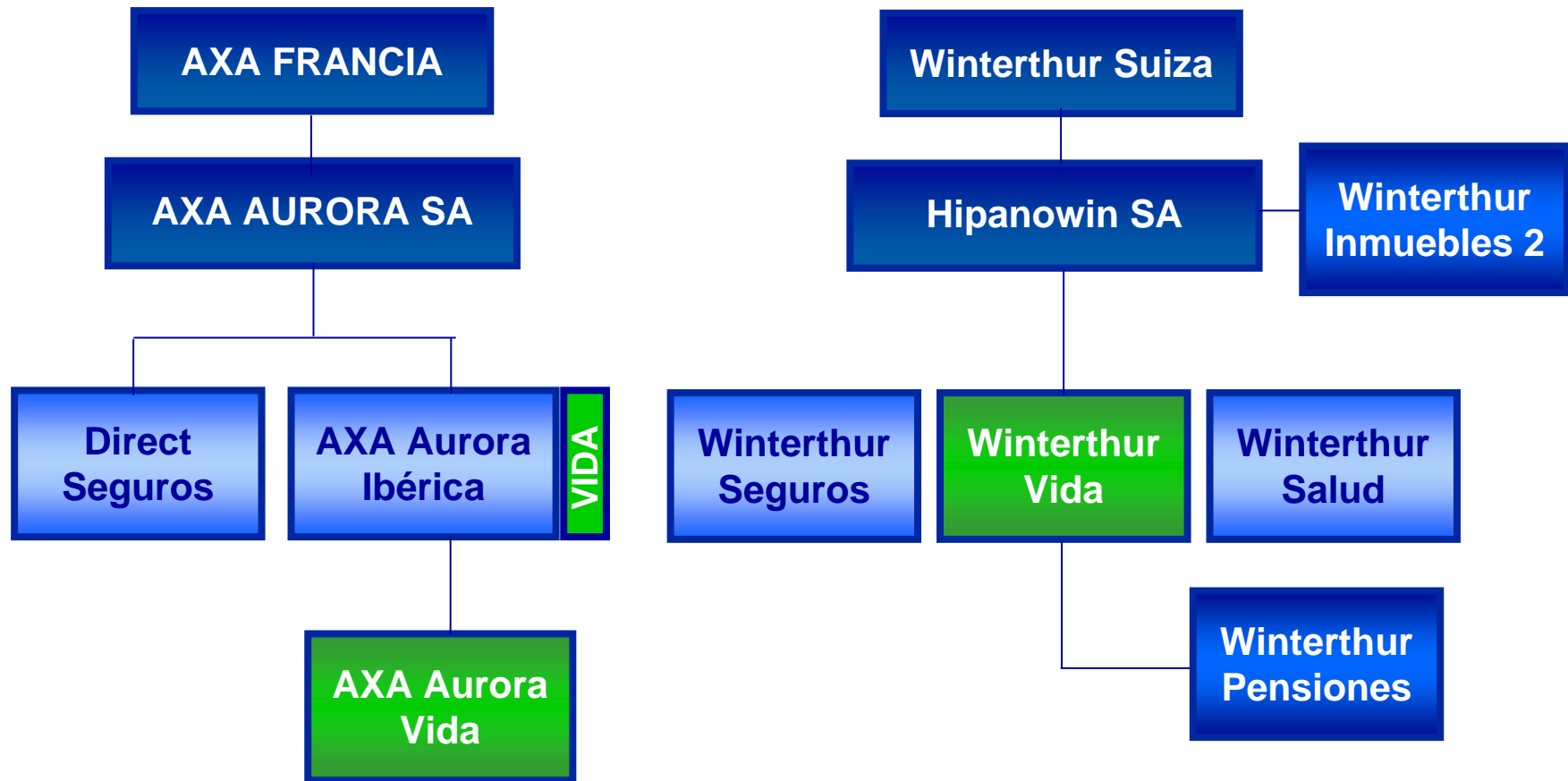
2007

- 01.02.07** Campaña de publicidad de Salud
- 15.02.07** Presentación del plan de jubilaciones y bajas incentivadas
- 26.02.07** Campaña de publicidad Dinamizar
- 01.03.07** Lanzamiento de Dinamizar a los medios de comunicación

Proceso de Integración



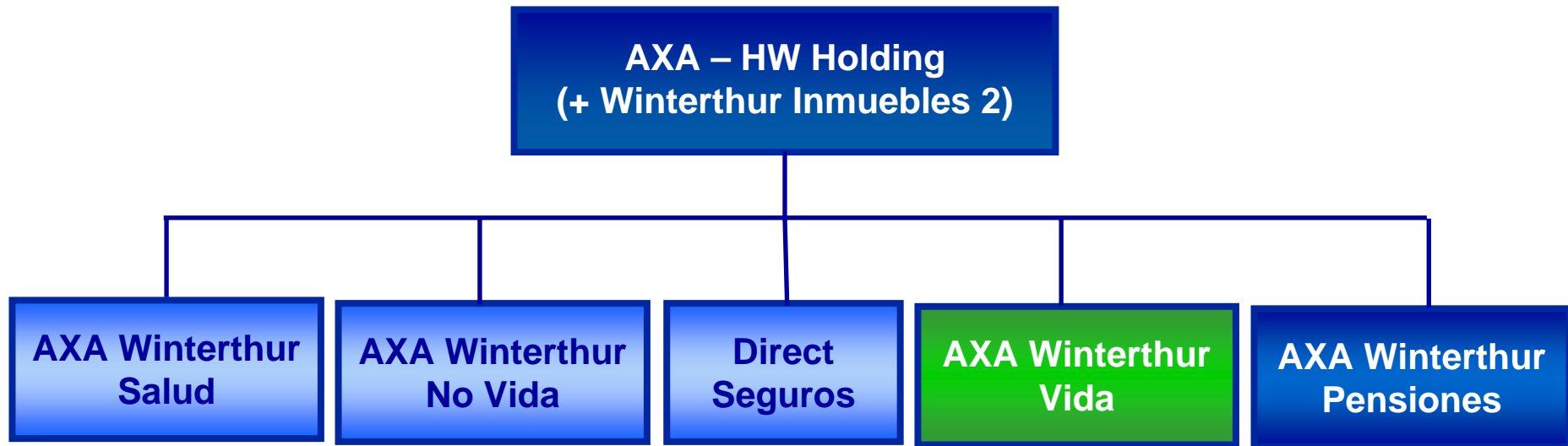
Estructura Societaria Actual



Proceso de Integración



Futura estructura societaria

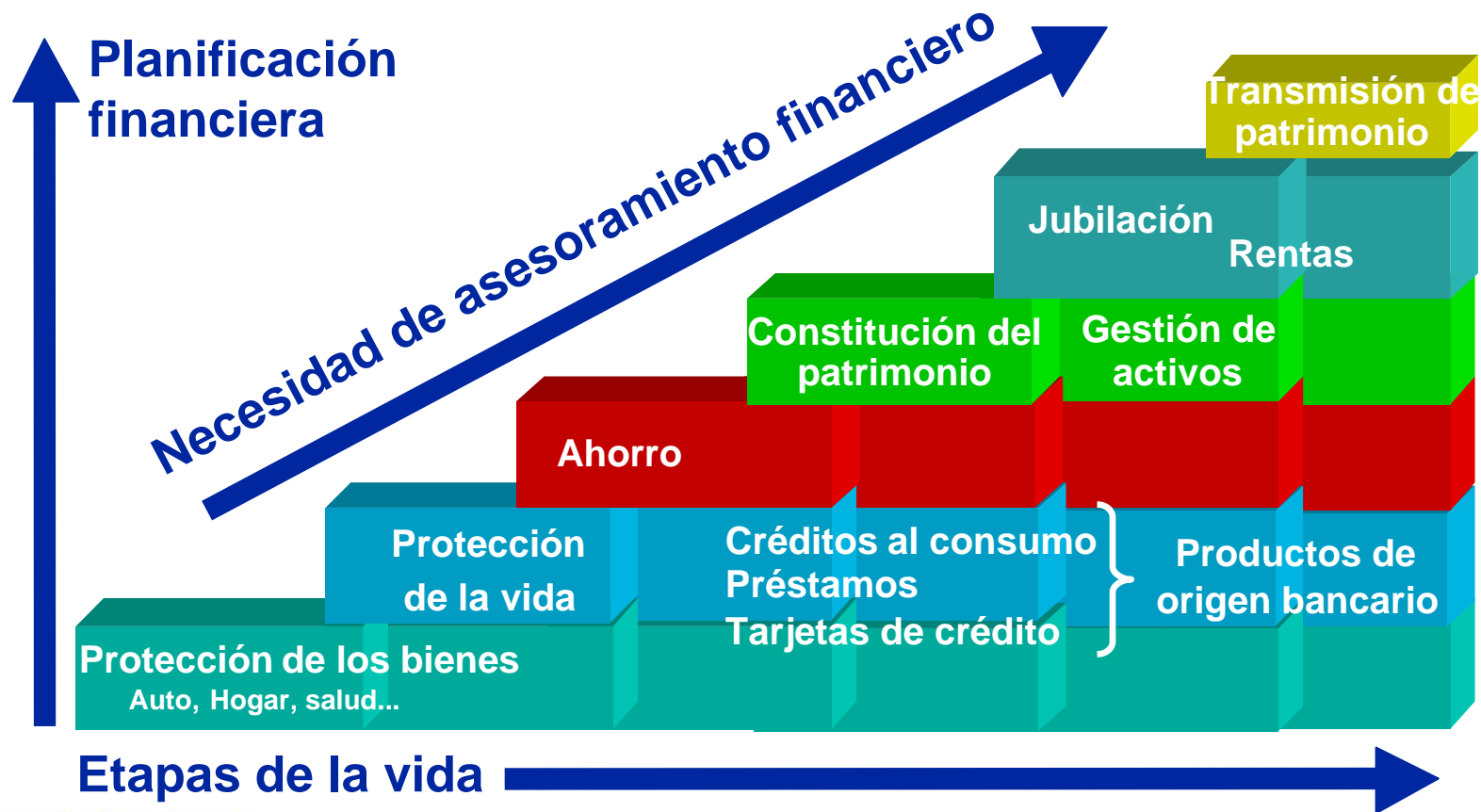


Índice



- 1 : Negocio de AXA España
- 2 : Negocio de Winterthur España
- 3 : El nuevo Grupo AXA Winterthur
 - Composición de la cartera
 - Qué representa en el mercado
 - Primeros pasos en el proceso de integración
 - Retos y prioridades

Nuestro negocio: la Protección Financiera





**Tenemos una aspiración a largo plazo
para el Grupo AXA:**

“ Ambición 2012 ”

**Convertirnos en la Compañía Preferida
de nuestro sector**

¿Qué queremos decir con convertirnos en la Compañía Preferida?



En qué se traduce en cifras el éxito de Ambición 2012



A M B I C I Ó N 2 0 1 2

Objetivos aspiracionales

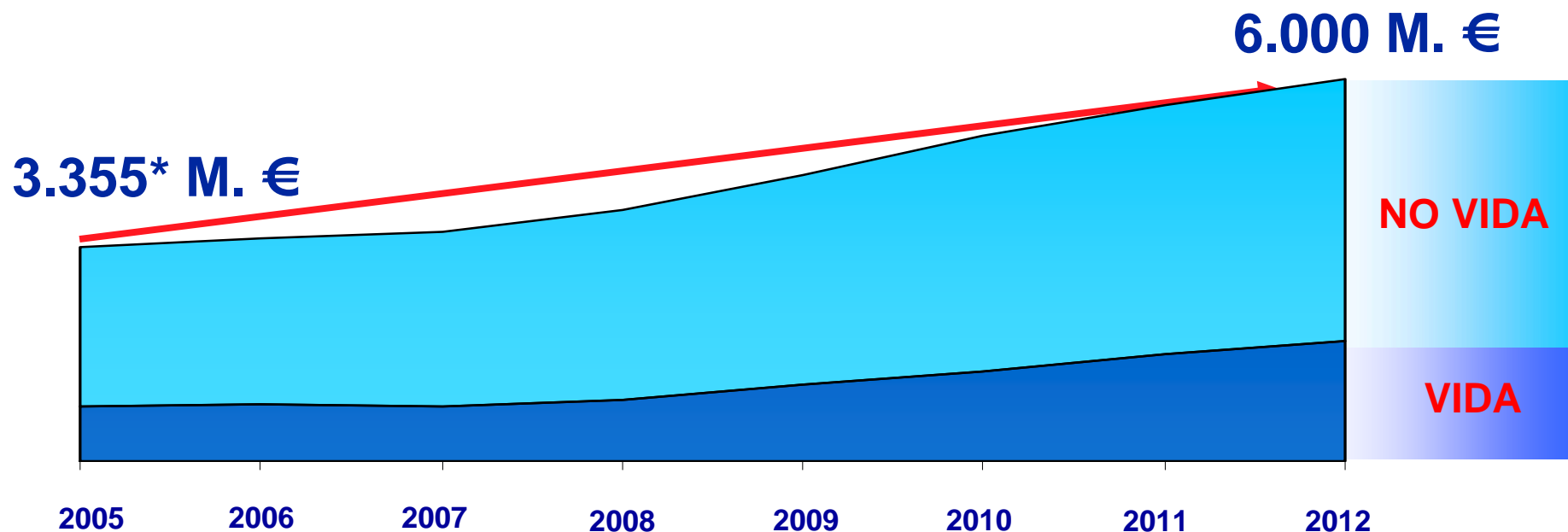
Al objeto de establecer objetivos desafiantes para todos los miembros de nuestra organización, nos hemos puesto metas ambiciosas que **sólo seremos capaces de alcanzar si somos capaces de trabajar a nivel global, maximizando las sinergias**

2004 ► 2012

Ingresos X 2

Resultados X 3

Ambición 2012 España: Volumen negocio



No Vida = 4.115 millones €
Vida = 1.885 millones €

Principales prioridades de AXA Winterthur



- **Éxito en la integración**
- **Mayor eficiencia en la Distribución (Estrategia multicanal)**
- **Crecimiento y sostenibilidad de los beneficios**
- **Desarrollo del negocio de Vida y Ahorro y Gestión de Activos**



————— *Confía en la vida* —————