

Generali Group повече от 175 години е символ на закрила и сигурност. От 2006 г. мисията на компанията е да бъде и една от големите финансови групи в България.

ПАЗАР

„Дженерали България“, част от световната Generali Group, е един от лидерите в предлагането на небанкови финансови услуги в страната. Компанията предоставя цялата гама общозастрахователни, животнозастрахователни и здравноосигурителни продукти, предназначени за индивидуални клиенти и фирми. Повече от 175 години Generali е символ на закрила и сигурност. Компанията извършва дейността си под ръководството на Assicurazioni Generali S.p.A с централа в Триест, Италия. Групата оперира чрез над 100 застрахователни компании на петте континента. Generali е повече международна, отколкото италианска компания. През 2005 г., когато на Италия се падат 22,7% от всички застрахователни вноски, Generali Group гържи 18,6% от израелския пазар, 15,9% от унгарския, 13,2% от австрийския, 8,1% от немския, 7,4% от френския, 4,5% от испанския и 4,1% от швейцарския.

В северноамериканския бизнес групата влага над \$200 млн., което позволява създаването на животнозастрахователна компания с висок рейтинг – Generali USA Life Reassurance Co. В Централна и Източна Европа компанията извършва дейност под ръководството на „Дженерали Холдинг Виена“ AG. Рейтинът на Assicurazioni Generali S.p.A отразява финансовата сила и стабилност на компанията в световен мащаб – през 2006 г. Generali Group получава рейтинг AA



от Standard & Poor's. Световният преиен приход на компанията – над 63,1 милиарда евро, я позиционира като третия най-голям застраховател в Европа.

Assicurazioni Generali Trieste е сред първите чуждестранни застрахователни дружества в България, което навлиза на пазара на застраховки още през 1904 г. и работи успешно до 1946 г., когато се извършва национализация на този сектор. Голямото завръщане на компанията у нас е на 1 август 2006 г., когато „Дженерали България“ става част от семейството на Generali Group.

ПОСТИЖЕНИЯ НА МАРКАТА

Едно от първите отличия, които Generali получава, е Голямата награда и златен медал на италианското Експо в Турин в далечната 1896 г.

През 2005 г. Generali Group печели наградата за най-добър пенсионен план чрез своя продукт „Вижън“ от Международната асоциация за измерване на застрахователни портфейли.

През 2006 г. на форума за европейска бизнес интеграция „Дженерали Холдинг Виена“ AG е отличена с наградата Европейска бизнес интеграция 2006 за постигнати високи резултати при драстично намаляване на оперативните разходи и цялостно увеличаване на продуктивността чрез използване на програмата Vitria's BusinessWare®.

В Кан на Конференцията на европейските потребители Generali Group, наред с „Теско“, UBS и др., получава Специалната награда на европейските потребители за високо качество на предлаганите услуги.

През същата година рекламна агенция BBDO – Австрия, печели бронзов медал за разработка на международните корпоративни реклами на „Дженерали Холдинг Виена“ AG – EACA Euro EFFIES 2006.

През февруари 2007 г. животнозастрахователната компания на Generali в Мюнхен получава Златен сертификат за образцово проведени обучения на персонала, връчен от Gep Re – четвъртия по големина световен презастраховател.

ПРОДУКТЪТ

„Дженерали България“ предлага услуги в три сектора – общо застраховане, животнозастраховане и здравно осигуряване.

„Дженерали Застраховане“ АД предоставя пакетни застраховки с добавена стойност и достъп до международната мрежа на Generali Group Европа. Тя е първата в България с on-line информация за статуса на заявената щета, както и с изплащане на обезщетения в рамките на 24 часа след заявяването им. Компанията разполага с денонощен асисанс център. Продуктите ѝ са имуществени застраховки (домашно



1831	1881	1893	1933
В Триест е основана централата на Австро-италианска застрахователна компания, наречена Generali.	За 50-ия си юбилей компанията открива първия си филиал във Виена.	Generali Group започва да издава свой бюлетин, а една година по-късно стартира мащабна програма за инвестиране в недвижими имоти.	Стартират инвестициите на Generali в селскостопанска земя.

имущество, АТО, индустриални предприятия, строително-монтажни рискове), транспортни застраховки (карго, отговорност на превозвача и спедитора), автомобилни застраховки (каска на МПС, гражданска отговорност), застраховки за чужбина (помощ при пътуване, зелена карта, каска в чужбина), селскостопански застраховки, злополуки, специализирани застраховки.

„Дженерали Животозастраховане“ АД е лидер в застраховките, свързани с инвестиционни фондове, и в областта на банковото застраховане. С богатата си гама продукти, някои от които уникални за българския пазар, компанията покрива целия спектър от потребности на хората в областта на животозастраховането.

„Дженерали Закрила Здравно осигуряване“ АД е най-голямата компания в този сектор, която е в договорни отношения с повече от 300 медицински заведения у нас и предоставя възможност за избор на доверен лекар, лечебно заведение и денонощна телефонна консултация при възникване на здравни проблеми. Компанията притежава собствен денонощен Медико-стоматологичен център, намиращ се в София, бул. „Княз Ал. Дондуков“ № 79-81.

СЪВРЕМЕННО РАЗВИТИЕ

„Дженерали България“, благодарение на своя диверсифициран портфейл, и през 2007 г. е един от лидерите в предлагането на небанкови финансови услуги, управлявайки активи в размер над 100 милиона лева.

За компанията работят повече от 600 души щатни служители в цялата страна, а търговската мрежа е организирана в 103 регионални представителства. Дистрибуцията на застрахователните продукти се осъществява чрез повече от 6000 агенти и над 80 застрахователни брокери.

Call center – най-новото звено на „Дженерали България“, стартира през февруари 2007 г. На безплатен телефон 0800 12 712 се получава детайлна и навременна информация за всички видове застраховки, настъпили застрахователни събития и медицински прегледи от клиенти на компанията. От 2007 г. продуктите на „Дженерали България“ се предлагат в много от станциите на „Български пощи“ ЕАД, а дружествата на компанията имат сключени партньорски договори с Българската стопанска камара, Първа инвестиционна банка, „София Авто“, с магазините СВА и „Пикадили“, туристическа агенция „Алматур“ и др.

„Дженерали България“ е желан и търсен партньор както за малки и средни фирми, така и за големи корпоративни клиенти, тъй като предоставя услуги с високо качество и се стреми да удовлетвори очакванията и предпочитанията на своите клиенти.

ПРОМОЦИЯ

Брандът Generali Group чрез „Дженерали България“ заявява своето присъствие с имиджовата си кампания в цялата страна на 15 ноември 2006 г. по мотото „След 175 години история Generali – една от най-големите застрахователни компании в света, е вече в България. Силата на крилатия лъв на Generali открива повече възможности пред Вас, поема уверено във Вашата посока на крилете на традициите и сигурността.“

Имиджовата кампания е последвана от продуктова кампания по застраховка гражданска отговорност по мотото „Със застраховка Гражданска отговорност крилатият лъв на Generali се грижи за Вашата сигурност навсякъде в Европа.“

За утвърждаването на марката в България допринася и успешната имиджова кампания на „Дженерали Животозастраховане“ АД, проведена през февруари 2007 г. по мотото „Добре е да се чувствате сигурни за бъдещето под крилете на лъва“. Кампанията е последвана от старта на продажбата на един уникален продукт на „Дженерали Закрила Здравно осигуряване“ – индивидуално доброволно здравно осигуряване по пакет „Комплексни здравни услуги“, който предоставя на клиентите обезпечение при ползването на здравни услуги извън обхвата на задължителното здравно осигуряване на територията на Република България и страните от Европейския съюз, не изисква предварителен медицински преглед и попълване на декларация за здравния статус на кандидата за осигуряване. Продукта могат да ползват български или чуждестранни граждани на възраст до 65 години, като лимитът на осигуряване е 1000 лв. на едно лице за една осигурителна година.

„Дженерали Застраховане“ е един от основните партньори на „София Авто“ в кампанията „За толерантност на пътя“, която стартира през февруари 2007 г. С тази инициатива се потвърди отговорното отношение на компанията към стриктното спазване на правилата за движение и по-голямата толерантност на водачите на МПС.

В общонационален аспект „Дженерали България“ вече има своето място в обществения и културния живот на страната. През



юни 2007 г. „Дженерали България“ става основен спонсор на изложбата на Националния исторически музей „България – многообразна и единна в Европейската общност“. Изложбата е открита с мащабно събитие с участието на водещи политици, общественици, културни дейци, дипломати и представители на „Дженерали България“. През септември същата година компанията има удоволствието да бъде основен спонсор и да финансира присъждането на четири стипендии на ученици от ежегодния Майсторски клас на оперната прима Райна Кабаиванска и Нов български университет.

ЦЕННОСТИ НА МАРКАТА

Компанията е символ на закрила и сигурност, на застрахователя без граници, на традиция, обрната с поглед към бъдещето. Корпоративната философия на Generali Group, която споделя и „Дженерали България“, е насочена към клиентски ориентираност, предлагащи разнообразие продукти, които гарантират стабилна застрахователна защита, коректност и сигурност.

www.generali.bg

Факти, които не знаете за GENERALI

Три от водещите фигури и основатели на Assicurazioni Generali – Пинчерле, Маурогонато и Франческони (Pincherle, Maurogonato and Francesconi), са се борили за независимостта на Венеция в периода 1848–1849 г.

От 1857 г. акциите на Assicurazioni Generali започват да се търговат на фондовата борса.

От 1926 г. до днес компанията спазва традицията едни от най-известните художници да създават рекламните ѝ.

През 1971 г., с настъпилите промени в маркетинговата стратегия на Generali Group, традиционното изображение на лъва на св. Марк е стилизирано и към него се добавя логотипът Generali. През 1990 г. е прието новото международно корпоративно лого „Generali: Застрахователят без граници“.

1966

Компанията подписва споразумение за съвместна дейност с най-голямата застрахователна компания в САЩ – Aetna.

1989

Generali Group създава свой джойнт венчър в Унгария и така става първата западна застрахователна компания, която започва да оперира на източноевропейския пазар.

1994

Generali Group е първата застрахователна компания, която започва да продава полиси по телефона.

1997

Компанията придобива контрола над двете водещи застрахователни групи в Германия и Израел – AMB и Migdal.

2001

Създадена е Generali China Ins. Co. с централен офис в Кантон.

2006

„Дженерали България“ става част от семейството на Generali Group.