

O LEGADO DO LEÃO THE LION'S LEGACY

UM SÉCULO DA GENERALI NO BRASIL
A CENTURY OF GENERALI IN BRAZIL



100
ANOS

O LEGADO DO LEÃO

THE LION'S
LEGACY

DADOS INTERNACIONAIS DE CATALOGAÇÃO NA PUBLICAÇÃO (CIP)
(CÂMARA BRASILEIRA DO LIVRO, SP, BRASIL)

O Legado do Leão: um século da Generali no Brasil = A Century
of Generali in Brazil: the Lion's legacy / Generali Brasil.
Rio de Janeiro: Generali Brasil Seguros, 2025.

ISBN 978-65-986286-0-4

1. Generali no Brasil - História
2. Seguros - Brasil - História

I. Título: A Century of Generali in Brazil: the Lion's legacy.

25-254714

CDD-368.00981

Índices para catálogo sistemático:

1. Generali no Brasil: Seguros: História 368.00981

Eliane de Freitas Leite - Bibliotecária - CRB 8/8415

**O LEGADO
DO LEÃO**

THE LION'S
LEGACY

O LEGADO DO LEÃO

THE LION'S LEGACY

UM SÉCULO DA GENERALI NO BRASIL
A CENTURY OF GENERALI IN BRAZIL



100
A N O S

SUMÁRIO

SUMMARY

10

Carta do Presidente

A Letter from the President

13

Introdução

Introduction

14

Construindo uma rede global: a expansão da Generali por continentes

Building a global network: the expansion
of Generali across continents

34

O leão no Brasil: um século de legado da Generali

The lion in Brazil: a century
of Generali's legacy

74

Das máquinas de escrever à automação totalmente integrada: a jornada da Generali por meio dos avanços tecnológicos

From typewriters to fully integrated automation: Generali's journey through advances in technology

86

O compromisso da Generali com a sustentabilidade e a responsabilidade social: construindo um futuro brilhante para todos

Generali's commitment to sustainability and social responsibility: building a brighter future for all

94

Encerramento
Conclusion

CARTA DO PRESIDENTE

A LETTER FROM THE PRESIDENT

ESTE LIVRO É UMA FORMA DE AGRADECIMENTO. Um muito obrigado a todas as pessoas que estiveram ao nosso lado durante uma caminhada de exatos 100 anos no Brasil. Foram tantos funcionários e amigos, tantas memórias e vidas transformadas, que só poderiam ser mesmo condensadas em um livro.

Não podemos esquecer que uma trajetória de um século é, acima de tudo, uma **história de resiliência** — especialmente para uma empresa internacional que desembarcou no Brasil há 100 anos.

A Generali chegou ao país na década de 1920, em meio a um período de crescimento econômico e expansão do mercado de seguros. Fomos calorosamente recebidos pela comunidade italiana, que desempenhou um papel vital em nosso sucesso inicial e ajudou a estabelecer as bases para a nossa presença no território nacional.

As décadas seguintes trouxeram desafios e testaram nossa determinação. Mas nós nos adaptamos, enfatizando compromisso e demonstrando nossa missão. Por meio de decisões estratégicas, a Generali superou as adversidades e tem se mantido ainda mais forte.

THIS BOOK IS A WAY OF SAYING THANK YOU. An enormous thank you to all those who have accompanied us over the course of exactly one hundred years in Brazil. There have been so many employees and friends, memories and lives that have been transformed, that the only way of truly telling their story is in the form of a book.

We should not forget that a journey lasting a century is, above all, a **story of perseverance**, especially for an international company that set foot in Brazil 100 years ago.

Generali arrived in the country in the 1920s, in the midst of a period of economic growth and expansion of the insurance market. We were warmly welcomed by the Italian community, which played a vital role in our initial success and helped lay the foundations for our presence in the national territory.

The subsequent decades presented many challenges, testing our determination to the full. But we were able to adapt ourselves, emphasizing our commitment and clearly expressing our mission. By taking strategic decisions, Generali has overcome all the obstacles and become stronger and stronger with each passing year.

Continuamos a crescer e evoluir, expandindo nosso portfólio de seguros para acompanhar as transformações do mercado brasileiro. Hoje, ao celebrarmos nosso centenário, somos a prova viva dos valores que nos guiaram ao longo dessa jornada: confiança, inovação e o compromisso de construir um futuro mais seguro.

Este livro reflete esses valores, narrando a evolução da nossa empresa, os desafios superados e os marcos conquistados. Também destaca a rica simbologia do leão, nosso emblema, e traça nossa expansão global.

Olhar para trás é também enxergar o que nos impulsiona adiante: o espírito da Generali — que segue abraçando mudanças, buscando novas oportunidades e permanece dedicada a atender nossos clientes com a mesma paixão e integridade que marcaram nossa chegada ao Brasil há um século.

Por Andrea Crisanaz

We have continued to grow and evolve, expanding our insurance portfolio to accompany the transformations of the Brazilian market. Today, in commemorating our centenary year, we are a testament to the values that have guided us over the course of this journey: trust, innovation and a commitment to building a more secure future.

This book reflects these values, outlining the evolution of our company, the challenges we have overcome, and the milestones we have passed. It also explains the rich and noble symbolism of the lion, our emblem, and traces our global expansion.

Looking at the past is also a way of seeing what drives us forward: the spirit of Generali — a spirit that embraces change, seeking new opportunities whilst remaining dedicated to serving our clients with the same passion and integrity that heralded our arrival in Brazil one hundred years ago.

By Andrea Crisanaz



Andrea Crisanaz, no Grupo Generali desde a década de 1990 e CEO da Generali Brasil desde 2016, formado na Università degli Studi di Trieste.

Andrea Crisanaz, with Generali since the 1990s and CEO of Generali Brasil since 2016, a graduate of Università degli Studi di Trieste.

INTRODUÇÃO

INTRODUCTION

ESTA É UMA HISTÓRIA QUE COMEÇOU NO Brasil dos anos **1920**, um período de prosperidade econômica impulsionado pelo *boom* do café e pela rápida urbanização. Atraída pela promessa de oportunidades, a Assicurazioni Generali chegou a solo brasileiro, lançando as bases de um legado que perdura por gerações.

Desde os primeiros dias atendendo à comunidade italiana até se tornar uma das principais seguradoras do país, a trajetória da Generali está profundamente entrelaçada com a do Brasil. A empresa atravessou períodos de turbulência política e econômica do país, adaptando-se às mudanças enquanto permanecia fiel ao seu compromisso com os clientes.

Por meio desses capítulos, este livro presta homenagem aos 100 anos da Generali no Brasil. É um testemunho da resiliência e compromisso da empresa com seus clientes, colaboradores e as comunidades que atende. É uma celebração de um legado construído sobre confiança, inovação e uma visão de um futuro cada vez melhor.

THIS IS A STORY THAT STARTED IN BRAZIL in the **1920s**, a period of economic prosperity driven by the coffee boom and rapid urbanization. Attracted by the promise of opportunities, Assicurazioni Generali arrived in Brazil, establishing the foundations of a legacy that would endure for generations.

From the very first days serving the Italian community through to becoming one of the country's largest insurance companies, Generali's development has been closely connected to that of Brazil. The company has experienced periods of political and economic turbulence in the country, adapting itself to the changes whilst remaining faithfully committed to its clients.

This book commemorates Generali's 100 years in Brazil. It pays tribute to the company's resilience and commitment to its customers and employees, as well as the communities it serves. It celebrates a legacy built on trust, innovation and the vision of a better future.

**CONSTRUINDO UMA REDE GLOBAL:
A EXPANSÃO DA GENERALI
POR CONTINENTES**

**BUILDING A GLOBAL NETWORK:
THE EXPANSION OF GENERALI
ACROSS CONTINENTS**

1833



Primeiros tempos: o leão austro-italiano. A águia bicéfala dos Habsburgos, representando a influência austríaca durante a fundação da empresa em Trieste.

The beginnings: the Austrian-Italian lion. The Habsburg's double-headed eagle, representing the Austrian influence during the founding of the company in Trieste.

A SAGA DO LEÃO: ORIGENS E EVOLUÇÃO DE UM SÍMBOLO

THE LION'S SAGA: ORIGINS AND EVOLUTION OF A SYMBOL

O SÍMBOLO DA GENERALI DIZ MUITO SOBRE A história da empresa. O leão, que simboliza força e coragem, está intrinsecamente ligado à identidade da seguradora desde sua fundação.

Um legado de força e confiabilidade

Ao longo de sua evolução, o símbolo permaneceu constante, representando os valores fundamentais da empresa: força, segurança e confiabilidade. A presença do leão personifica a história da Generali, sua capacidade de se adaptar aos tempos em mudança e seu compromisso de oferecer aos clientes tranquilidade e proteção.

GENERALI'S EMBLEM SAYS A GREAT DEAL about the history of the company. The lion, which symbolizes strength and courage, has been intrinsically linked to the insurance company's identity since it was founded.

A legacy of strength and reliability

Over the course of its evolution, the symbol has remained in place, representing the company's fundamental values: strength, security and reliability. The presence of the lion embodies Generali's history, its ability to adapt to changing times, and its commitment to offering its clients peace of mind and protection.

1848



O leão alado de São Marcos, símbolo de Veneza, representa força, elevação espiritual e conexão com a herança italiana da empresa. Esse animal representa São Marcos, evangelista e padroeiro de Veneza.

The winged Lion of St. Mark, the symbol of Venice, represents strength, spiritual growth, and a connection with the company's Italian heritage. This animal represents St. Mark, the evangelist and patron saint of Venice.

1862



Uma variante veneziana do leão.
A Venetian variation on the lion.

1868



Leão de São Marcos - um novo leão se apresenta, desta vez carregando uma espada.

The Lion of St. Mark - A new lion is unveiled, now bearing a sword.



1910

Leão de São Marcos - mais imponente e com poucas variações nos símbolos, esse logo terá um reinado de quase sessenta anos.

The Lion of St. Mark - more imposing and with little variation in the symbols, this logo would reign for almost sixty years.



1903

Entra em cena outro leão, de novo voltado para a esquerda, mas com a face de lado, e, a partir deste retorno, o logo não mais mudará de direção, constituindo-se num arquétipo para todas as outras versões sucessivas.

Another lion appears in the picture, once again facing left, but now entirely in profile, and from this point on, the logo will no longer change direction, establishing an archetype for all subsequent versions.



1881

A Generali atualizou seu logotipo no seu 50º aniversário, mantendo o leão de São Marcos, mas voltando seu rosto para a direita.

Generali updated its logo on its 50th anniversary, continuing with the lion, but now turning its face to the right.

1971



Um design moderno e minimalista, apresentando um leão estilizado na cor vermelha e o nome simplificado "Generali".

A modern and minimalist design, presenting a red, stylized lion, with the name simplified to "Generali".

1990



O logo do Grupo Generali de 1990 segue esse viés globalizante. Com o leão mais sintético, o textual "Gruppo Generali" é traduzido em várias línguas.

The Generali Group's 1990 logo demonstrates this global leaning. With a more stylized lion, the "Gruppo Generali" text is translated into numerous languages.

2014



Um leão mais simplificado e mais dinâmico, assim como os três princípios fundamentais da estratégia assumida no Investor Day em Londres: disciplina, simplicidade e foco.

A more simplified and dynamic lion, representing the three basic principles of the strategy that was unveiled on Investor Day in London: discipline, simplicity and focus.

HISTÓRIA DA GENERALI: DE TRIESTE À EXPANSÃO GLOBAL

GENERALI'S HISTORY: FROM TRIESTE TO GLOBAL EXPANSION

EM 1831, A ITÁLIA PASSAVA POR UM momento econômico de expansão e, em especial, a cidade de **Trieste**, no nordeste do país. A região era um importante centro comercial, com um mercado de seguros bem estabelecido, sob o controle do Império Austríaco. Por estar tão bem localizada no mar Adriático, a cidade era uma porta de entrada para a Europa, tornando-se o local ideal para uma empresa com ambições de operar em diferentes setores de seguros.

Quando falamos em 1831, precisamos situar que, há quase 200 anos, a realidade era absolutamente outra. Começando pelo seguro marítimo, que era o mais importante da época, já que o comércio internacional dependia muito desse tipo de transporte. Contudo, com a expansão das ferrovias a partir de 1820, o mercado de seguros começou a se transformar.

A história da Generali começou a ser desenhada um pouco antes do seu lançamento. Em novembro de 1831, Giuseppe Lazzaro Morpurgo

IN 1831, ITALY UNDERWENT A PERIOD OF economic expansion, no more so than the city of **Trieste**, in the northeast of the country. The region was an important commercial center, with a well-established insurance market, under the control of the Austrian Empire. Being so well located on the Adriatic Sea, the city was a port of entry into Europe, making it the ideal location for a company aiming to operate in different insurance sectors.

We should remember that we are talking here about the year 1831, almost 200 years ago, when the world was a very different place. Not least in the area of maritime insurance, the most important sector at that time, since international trade relied so heavily on this mode of transport. However, with the expansion of the railroads, beginning in 1820, the insurance market began to change.

The history of Generali began to take shape soon after the company was founded. In November 1831, Giuseppe Lazzaro Morpurgo (1759–1835), an experienced Italian entrepreneur, who had



Trieste ao voo do pássaro (1862)

Desenho aquarelado de Alberto Rieger, ilustrando a importância econômica da Trieste oitocentista como um porto florescente e centro de tráfego comercial.

A bird's eye view of Trieste (1862)

This watercolor painting by Alberto Rieger gives an idea of the economic importance of Trieste in the 1800s as a bustling port and center for commercial traffic.

(1759–1835), um experiente empreendedor italiano que já dirigia a empresa Azienda Assicuratrice, percebeu a necessidade de diversificar o setor de seguros e uniu-se a outros empresários para fundar a Ausilio Generale di Sicurezza. Um mês depois, em 26 de dezembro de 1831, Morpurgo substituiu a Ausilio Generale di Sicurezza pela Assicurazioni Generali Austro-Italiche. O nome "Generali" foi mantido para refletir o objetivo ambicioso de cobrir todos os tipos de riscos.

Nos primeiros anos, a empresa cresceu rapidamente, abrindo agências na Itália e em outras cidades europeias. Apesar dos obstáculos, a Generali perseverou, expandindo sua atuação além da Itália para países como França, Bélgica, Grã-Bretanha, Áustria e Iugoslávia. O sucesso inicial pode ser atribuído ao foco em diversificar seu portfólio de produtos além do seguro marítimo, aproveitando a crescente demanda por seguros nos setores de incêndio, vida e acidentes.

already been in charge of the company Azienda Assicuratrice, recognized the need for diversification within the insurance sector, and brought together a number of other businessmen to found Ausilio Generale di Sicurezza. One month later, on December 26, 1831, Morpurgo renamed Ausilio Generale di Sicurezza 'Assicurazioni Generali Austro-Italiche'. He kept the name 'Generali' to reflect the ambitious aim of covering every type of risk.

During its first few years, the company grew quickly, opening agencies in Italy as well as other cities across Europe. Despite the obstacles, Generali persevered, expanding its operations beyond Italy to countries including France, Belgium, Great Britain, Austria and Yugoslavia. The initial success can be attributed to the focus on diversifying the company's portfolio of products beyond maritime insurance and taking advantage of the growing demand for insurance in the fire, life and accident sectors.

NAVEGANDO O CENÁRIO GLOBAL NAVIGATING THE GLOBAL SCENARIO

No início do século XX, a Generali ampliou ainda mais sua presença global, entrando em novos mercados ao redor do mundo. E um grande marco dessa conquista foi a construção do Canal de Suez, em 1869, um projeto parcialmente financiado pelo diretor da empresa, Pasquale Revoltella, que abriu novas rotas comerciais e oportunidades. Essa também foi uma forma de estabelecer agências em locais estratégicos ao longo dessas rotas, solidificando sua posição como uma protagonista global na indústria de seguros.

A construção do Canal de Suez é um grande exemplo do poder econômico da Generali, tanto pelo tamanho do investimento quanto pelas oportunidades financeiras e comerciais que projetava a longo prazo. A obra superou o obstáculo representado pelo Mediterrâneo, eliminando a necessidade da circun-navegação pela África, e simplificou as rotas comerciais ao conectar diretamente a rota oriental.

At the beginning of the 20th century, Generali expanded its global presence even further, moving into new sectors around the world. And one of the most notable milestones of this expansion was the construction of the Suez Canal in 1869, a project partially funded by the company director, Pasquale Revoltella, that opened up new trading routes and opportunities. This also acted as a means of establishing agencies in key locations along these trade routes, solidifying the company's position as a global leader in the insurance industry.

The construction of the Suez Canal is a great example of Generali's economic power, both due to the size of the investment and the long-term financial and commercial opportunities that were planned. The project overcame the obstacle presented by the Mediterranean, eliminating the need to circumnavigate Africa, and simplifying the trade routes by creating a direct connection to the Far East.

DA ESQUERDA PARA A DIREITA,
DE CIMA PARA BAIXO
FROM LEFT TO RIGHT, FROM TOP
TO BOTTOM

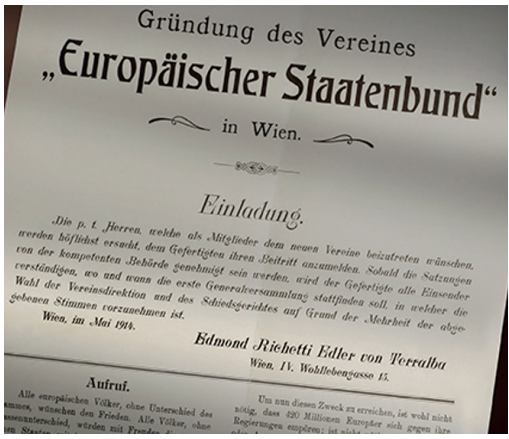


Canal de Suez, entrada no Lago Salgado (1890)

O Canal de Suez, aberto em 1869, permitiu que as viagens marítimas entre a Europa e Ásia fossem reduzidas em 7 mil km.

The Suez Canal, entrance to the Great Bitter Lake (1890)

The Suez Canal, opened in 1869, meant that the distance of sea voyages between Europe and Asia were reduced by 7,000 km.



Canal de Suez visto do espaço (1968)

Canal de Suez, Golfo de Suez, Península do Sinai e Mar Mediterrâneo registrados a uma altitude de 126 milhas náuticas, pela espaçonave Apollo.

The Suez Canal, as seen from space

The Suez Canal, the Gulf of Suez, the Sinai Peninsula, and the Mediterranean Sea, photographed by an Apollo spacecraft from an altitude of 126,000 nautical miles.

Panfleto do Europäischer Staatenbund (1914)

Documento histórico publicado em maio de 1914 por Edmondo Richetti, propondo a criação de uma associação de estados europeus (Association of European States). O Europäischer Staatenbund representava uma visão pioneira de integração e cooperação entre nações na Europa.

Europäischer Staatenbund Pamphlet (1914)

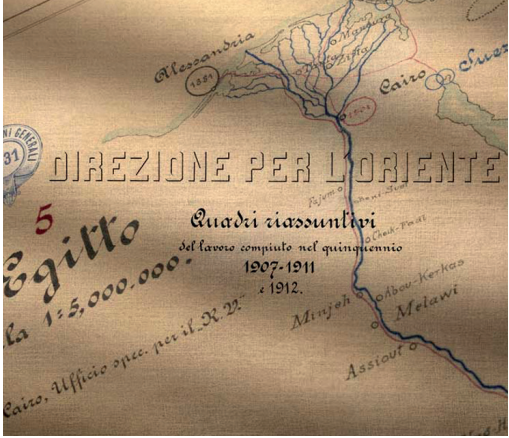
An historic document, published in May 1914 by Edmondo Richetti, proposing the creation of the Association of European States. The Europäischer Staatenbund represented a pioneering vision of integration and cooperation between European nations.

Placas de Seguro Contra Incêndio da Generali

Placas históricas da Assicurazioni Generali utilizadas entre os séculos XIX e XX para identificar imóveis protegidos por seguros contra incêndio.

Generali Fire Insurance Plaques

Historical Assicurazioni Generali insurance plaques used between the 19th and 20th centuries to identify buildings that were insured against fire.



Mapa das operações do Departamento Leste da Generali (1912)

Representação das áreas de atuação da Generali no Egito e Oriente Médio.

Map of Generali's Eastern Department operations (1912)

A representation of Generali's areas of operation in Egypt and the Middle East.

FERROVIAS E O MERCADO DE SEGUROS

RAILROADS AND THE INSURANCE MARKET

A partir de 1820, a expansão das ferrovias começou a transformar o cenário. Elas introduziram um novo modo de transporte de mercadorias, impactando as dinâmicas do comércio internacional. Essa mudança exigiu a diversificação do mercado de seguros, indo além da predominância do seguro marítimo. A expansão das ferrovias e do comércio internacional gerou a demanda por novos tipos de seguros, e a Generali se posicionou para atender a essas necessidades emergentes.

Em poucos anos desde sua fundação, a Assicurazioni se expandiu abrindo agências em outras cidades da Europa e na própria Itália, indo além dos limites dos territórios circunscritos nas jurisdições geopolíticas das sedes.

Em 1861, ao mesmo tempo em que ocorria a Unificação Italiana, a Assicurazioni Generali já havia se tornado a maior seguradora do país. Contudo, o panorama geral não era dos melhores: fechamento de agências de seguro em Trieste, estagnação da economia e epidemia de cólera. Nesse período, especialmente após a abertura do Canal de Suez, a Assicurazioni expandiu sua presença

Beginning in 1820, the expansion of the railroads began to transform the scenario. They introduced a new way of transporting goods, enormously impacting the dynamics of international trade. This change meant that the insurance market had to diversify, since it had to look beyond maritime insurance. The expansion of the railroads and international trade created a demand for other types of insurance, and Generali positioned itself to meet these emerging needs.

Just a few years after it was founded, Assicurazioni expanded, opening agencies in other Italian and European cities, extending beyond the territorial boundaries established within the geopolitical jurisdictions of the head offices.

In 1861, at the same time as the Italian Unification, Assicurazioni Generali had already established itself as the country's leading insurance company. The general scenario was not, however, at its best: insurance agencies were closing in Trieste, the economy was in recession, and a cholera epidemic was raging. It was at this time, especially following the opening of the Suez Canal, that Assicurazioni

Trem da Achenseebahn (1977)

Um dos mais antigos trens a vapor com cremalheira da Europa, em operação contínua desde 1889. O trem percorre uma rota de cerca de 7km, de Jenbach até Seespitz, com trechos muito íngremes.

The Achenseebahn Train (1977)

One of Europe's oldest rack steam trains, which has been in operation since 1889.

The train follows a very steep route of roughly 7 km, from Jenbach to Seespitz.



Em 1861, ao mesmo tempo em que ocorria a Unificação Italiana, a Assicurazioni Generali já havia se tornado a maior seguradora do país

In 1861, at the same time as the Italian Unification, Assicurazioni Generali had already established itself as the country's leading insurance company

global em outros continentes, consolidando um caráter internacional mais marcante. Entretanto, o mercado de seguros enfrentou uma crise decorrente das mudanças tecnológicas na navegação mercante, impulsionadas pela introdução dos navios a motor. Com esses avanços, o tráfego nos portos diminuiu, intensificando a concorrência entre seguradoras ainda fortemente vinculadas às dinâmicas dos centros comerciais portuários. Nesse cenário competitivo, a Assicurazioni conseguiu se destacar e prevalecer no mercado.

A transição entre o fim do século XIX e o início do século XX foi marcada por um período de grande prosperidade para a empresa, sob a liderança de Marco Besso, que presidia a organização desde 1870. Durante esse período, novas subsidiárias foram estabelecidas, como a Generala (1898) em Bucareste e a Erste Allgemeine Unfall und Schadensversicherung (1882) em Viena, além da Anonima Grandine (1895) e da Anonima Infortuni (1896) em Milão. Apesar de manter sua direção central em Trieste, sob domínio austro-húngaro, a empresa já refletia um perfil internacional, com forte participação italiana em sua gestão e ações, além da relevante administração em Veneza.

No contexto da Primeira Guerra Mundial, a situação da Assicurazioni tornou-se delicada, já que Trieste estava ligada à Áustria, alinhada à Alemanha, enquanto a Itália apoiava a França e o Reino Unido. Com o término do conflito e a derrota austríaca, essa dualidade foi resolvida com a anexação de Trieste à Itália. Após o tratado de paz, a Assicurazioni recebeu permissão para continuar operando nos países onde já tinha presença.

expanded its global presence on other continents, establishing a more powerful international profile. The insurance market, however, faced another crisis, one which arose from the technological changes taking place in merchant shipping, the most significant being the introduction of engine-driven ships. With these advances, the amount of traffic at the ports dropped off, intensifying competition between insurance companies that were still closely tied to the dynamics of the port-based trading centers. Within this competitive scenario, Assicurazioni managed to excel and lead the market.

The transition between the late 19th and early 20th centuries was marked by a period of great prosperity for the company under the leadership of Marco Besso, who had been presiding over the organization since 1870. During this time, new subsidiaries were founded, including Generala (1898) in Bucharest, and Erste Allgemeine Unfall und Schadensversicherung (1882) in Vienna, as well as Anonima Grandine (1895) and Anonima Infortuni (1896) in Milan. Despite its central management remained in Trieste, under Austro-Hungarian rule, the company already displayed an international profile, with strong Italian participation in its management and shares, along with significant administration in Venice.

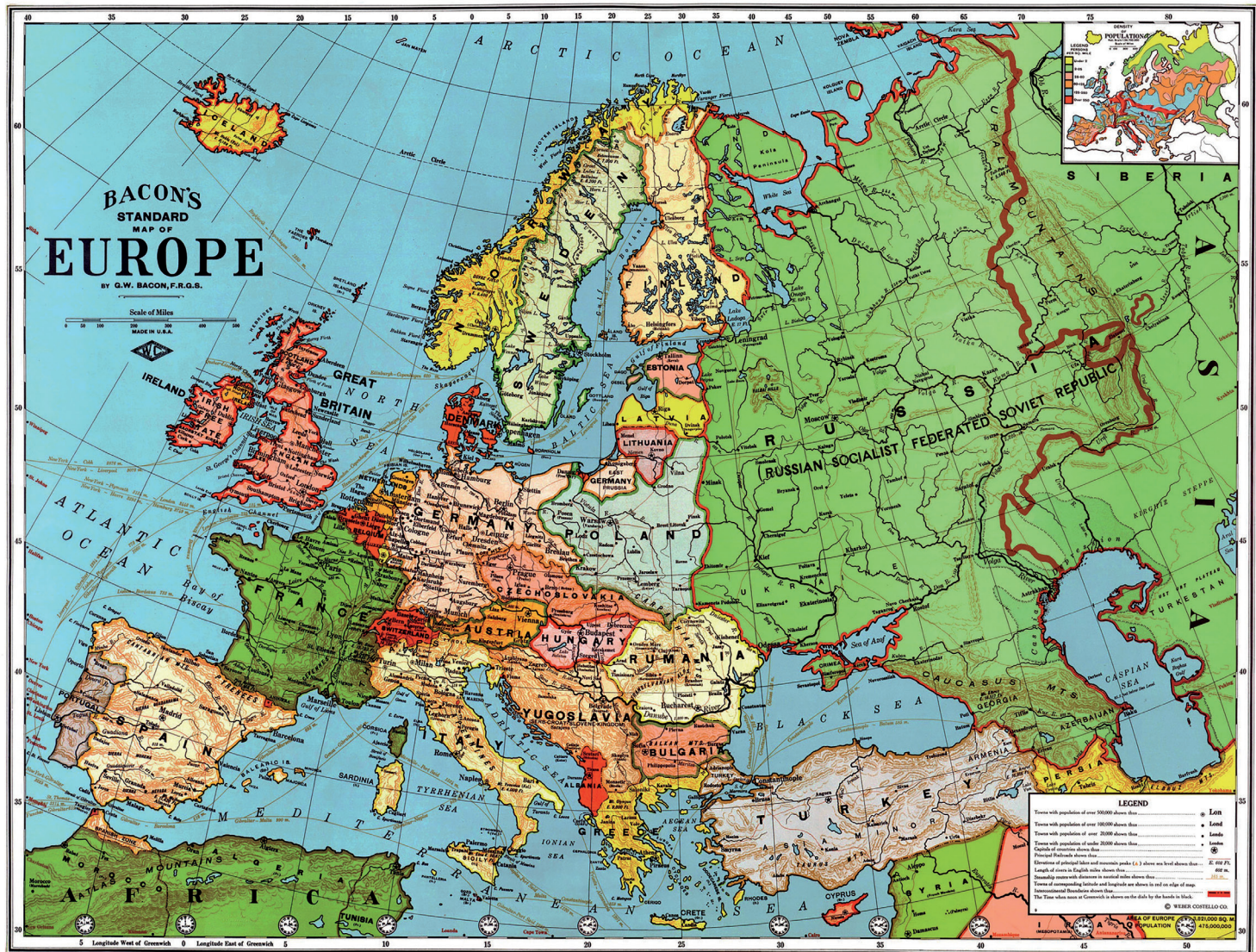
During the First World War, Assicurazioni's situation became more delicate, since Trieste was linked to Austria, which was a German ally, whilst Italy was on the side of France and the United Kingdom. With the end of the war and the defeat of Austria, this duality was resolved with the annexation of Trieste by Italy. After the signing of the peace treaty, Assicurazioni received permission to continue operating in all those countries where it was already present.

Mapa da Europa após a Primeira Guerra Mundial (1919)

O Tratado de Versalhes, assinado em 1919 após o fim da Primeira Guerra Mundial, determinou a divisão territorial da Alemanha com os países vitoriosos do conflito. Arte de G.W. Bacon.

A map of Europe following the First World War (1919)

The Treaty of Versailles, signed in 1919 following the end of the First World War, divided Germany up between the countries that won the war. Art by G.W. Bacon.



AMPLIAÇÃO GLOBAL GLOBAL EXPANSION

Em 1925, o Brasil tornou-se parte dessa trajetória de conquistas

In 1925, Brazil became part of
this successful series of conquests

A expansão internacional ganhou velocidade a partir de 1924. A Assicurazioni já operava em oito países estrangeiros, como França, Bélgica, Reino Unido, Áustria e Tchecoslováquia, com um total de 60 filiais e agências, das quais 30 estavam fora da Europa. Em 1925, o Brasil tornou-se parte dessa trajetória de conquistas.

Em 1935, o número de subsidiárias saltou para 36, distribuídas por 29 países europeus (incluindo Alemanha, Espanha, Holanda e Polônia), quatro nas Américas (Brasil entre eles), duas na África e uma na Ásia. Às vésperas da Segunda Guerra Mundial, em 1939, a Assicurazioni já contava com mais de 3 mil pontos de operação entre agências, filiais e representantes, além de cerca de 60 empresas em 40 países.

Apesar das dificuldades impostas por este novo conflito mundial, a empresa demonstrou resiliência e, nos anos 1950, consolidou sua presença na América Latina, incluindo países como Venezuela, Equador, Guatemala, Colômbia e, mais recentemente, Argentina. Nesse período, também marcou sua entrada nos Estados Unidos, com a abertura de uma sede em Nova York.

Os anos 1960 trouxeram um cenário favorável para o mercado de seguros, com estabilidade

The move towards international expansion shifted up a gear in 1924. Assicurazioni was already operating in eight foreign countries, including France, Belgium, the United Kingdom, Austria and Czechoslovakia, with a total of 60 branches and agencies, 30 of which were located outside Europe. In 1925, Brazil became part of this successful series of conquests.

In 1935, the number of subsidiaries rose to 36, distributed across 29 European countries (including Germany, Spain, The Netherlands and Poland), four in the Americas (including Brazil), two in Africa and one in Asia. On the eve of the Second World War, in 1939, Assicurazioni had already established more than 3,000 operating points, including agencies, branch offices and representatives, as well as around 60 companies in 40 countries.

Despite the difficulties imposed by this new global conflict, the company showed its resilience and, in the 1950s, consolidated its presence in Latin America, including countries such as Venezuela, Ecuador, Guatemala, Colombia and, more recently, Argentina. During this period, the company also moved into the United States, with the opening of an office in New York.

The 1960s offered a favorable scenario for the insurance market, with economic stability, industrial growth and an expansion in automobile transportation. This opened up areas such as motor and civil liability insurance. The risks associated



Cartão publicitário RC Auto da Anonima Infortuni (1923)

Cartão promocional de seguros de responsabilidade civil para automóveis oferecidos pela Anonima Infortuni.

Anonima Infortuni Civil Liability Auto Insurance publicity material (1923)

Promotional material for civil liability motor insurance offered by Anonima Infortuni.

econômica, crescimento industrial e expansão do transporte automobilístico. Isso impulsionou ramos como seguros de automóveis e responsabilidade civil. Além disso, os riscos associados a grandes estruturas e meios de transporte, como aviões jumbo e petroleiros, passaram a ser atendidos por seguros de grande porte oferecidos no mercado internacional.

with large-scale structures and means of transport, such as jumbo jets and oil tankers, were met by the offering of large insurance policies on the international market.

O NASCIMENTO DA EUROP ASSISTANCE THE FOUNDING OF EUROP ASSISTANCE

Na década de 1960, o cenário global de seguros passou por um período de crescimento significativo. Com o aumento das viagens internacionais, surgiu a necessidade de serviços de assistência para pessoas seguradas que enfrentavam dificuldades longe de casa. Para antecipar essa demanda emergente, a Generali, em parceria com a empresa francesa Concorde, fundou a Europ Assistance em 1963.

Essa aliança estratégica tinha como objetivo oferecer suporte essencial a segurados em situações inesperadas durante viagens ao exterior. Para ampliar ainda mais sua presença global, a Europ Assistance firmou uma colaboração com a gigante americana de seguros Aetna Life & Casualty em 1966. Essa parceria consolidou a posição da Europ Assistance como líder em serviços de assistência para viagens, demonstrando o compromisso em atender às necessidades em constante evolução de seus segurados em escala global.

In the 1960s, the global insurance scenario underwent a period of significant growth. With the rise in international travel, there appeared a need for services providing assistance for those with travel insurance facing problems whilst far from home. In 1963, as a means of leading the way in this emerging field, Generali, in partnership with the French company Concorde, founded Europ Assistance.

The aim of this strategic alliance was to offer essential support to insured parties finding themselves in unexpected situations whilst traveling overseas. In 1966, as a means of expanding its global presence even further, Europ Assistance entered into a collaboration with the US insurance giant Aetna Life & Casualty. This partnership consolidated Europ Assistance's lead position in the provision of travel support services, demonstrating its commitment to meeting the constantly evolving and shifting needs of its insured parties on a global scale.

Durante as décadas de 1970 e 1980, a Generali expandiu sua atuação para setores inovadores, incluindo seguros para satélites e para a expedição italiana à Antártida. Também criou um fórum internacional focado em oportunidades comerciais e industriais no espaço.

A década de 1990 foi marcada pela globalização, consolidando-a como "a seguradora sem fronteiras", *slogan* que reforçou sua identidade corporativa em diversos mercados. Com essa expansão, a empresa entrou no mercado chinês, abrindo uma representação em Pequim, e, posteriormente, chegou às Filipinas.

O fim do século XX trouxe transformações significativas, com a queda de barreiras geopolíticas e empresariais. Os seguros passaram a integrar os setores financeiro e bancário, gerando parcerias estratégicas com grandes instituições que ampliaram o portfólio para incluir seguros de vida e produtos financeiros, alinhando-se às demandas de um mundo cada vez mais interconectado.

São tempos também de instabilidade econômica e geopolítica que trazem novos tipos de riscos e em novas escalas, alguns em escalas globais, que desafiam o mercado de seguros. O *tsunami* de 2004 no Sudeste Asiático, por exemplo, teve ações de ajuda da Europ Assistance.

A Generali resiste à crise mundial com a fusão com a companhia espanhola Estrella (2010) e a concentração e gestão da atividade imobiliária com a Generali Real Estate (2011).

In the 1970s and 1980s, Generali expanded its operations into innovative sectors, including insurance for satellites and the Italian expedition to Antarctica. It also created an international forum focused on commercial and industrial opportunities in space.

The 1990s was notable for globalization, establishing the company as "the insurance company without boundaries", a slogan that reinforced its corporate identity in a great many markets. With this expansion, the company entered the Chinese market, establishing a representative in Beijing and, later on, in the Philippines.

The end of the 20th century saw significant transformations, with the fall of geopolitical and corporate barriers. The insurance policies started to serve the financial and banking sectors, creating strategic partnerships with large institutions, meaning an expansion of the portfolio to include life insurance and financial products, thereby aligning it with the demands of an increasingly interconnected world.

Times of economic and geopolitical instability also offer new types of risk on different scales, some of them global, meaning new challenges for the insurance market. The 2004 tsunami in Southeast Asia, for example, led to Europ Assistance providing support in a number of ways.

Generali rode out the global crisis by merging with the Spanish company Estrella (2010) and through the concentration and management of its real-estate activities in Generali Real Estate (2011).



Operações de resgate da Europ Assistance (1960-1990)

Subsidiária da Generali, a Europ Assistance foi fundada em 1963 e é líder mundial em soluções e serviços de assistência em viagens nacionais e internacionais.

Europ Assistance support services (1960-1990)

A subsidiary of Generali, Europ Assistance was founded in 1963 and is a global leader in solutions and assistance services for domestic and international travel.

DA ESQUERDA PARA A DIREITA,
DE CIMA PARA BAIXO
FROM LEFT TO RIGHT, FROM
TOP TO BOTTOM

Academia da Generali em Trieste

Fotografia da Academia de Trieste, destacando a estrutura histórica que abriga iniciativas de formação e desenvolvimento da Generali.

Generali Academy in Trieste

A photograph of the Trieste Academy, highlighting the historical structure that houses Generali's training and development initiatives.

Interior da Academia da Generali em Trieste

Em Trieste, no nordeste da Itália, está localizada a Academia da Generali, com um rico acervo histórico.

Interior of the Generali Academy in Trieste

The Generali Academy, located in Trieste, in the northeast of Italy, contains a rich historical archive.

Espaço expositivo na Academia da Generali em Trieste

Na Academia da Generali, fotos, livros e mapas ajudam a contar a história e a preservar o legado da companhia.

Exhibition space at the Generali Academy in Trieste

At the Generali Academy, photos, books and maps help to tell the company's history and preserve its rich legacy.



ACADEMIA DE TRIESTE DA GENERALI: UM CENTRO DE INOVAÇÃO GENERALI'S TRIESTE ACADEMY: A CENTER OF INNOVATION

Para enfrentar os desafios da era digital, a Generali fundou, em 2021, a Academia de Trieste, um centro inovador que abriga o Instituto de Ciência de Dados e Inteligência Artificial. Este *hub* de pesquisa e desenvolvimento foca no uso dessas duas disciplinas para criar novas oportunidades de negócios e aprimorar a eficiência operacional.

Ao investir em tecnologias de ponta, a Generali reforça seu compromisso em permanecer na vanguarda da inovação no setor, aproveitando o poder dos dados e da IA para desenvolver soluções para um mundo digital em rápida evolução. A Academia de Trieste exemplifica a abordagem visionária da seguradora, promovendo uma cultura de aprendizado contínuo e avanço tecnológico para abordar tendências emergentes e moldar o futuro do mercado de seguros.

In 2021, as a means of confronting the challenges of the digital age, Generali founded the Trieste Academy, an innovative center that houses the Data Science and Artificial Intelligence Institute. This research and development hub focuses on these two specific areas to create new business opportunities and improve operational efficiency.

By investing in innovative technologies, Generali is reinforcing its commitment to remaining at the forefront of innovation in the sector, taking advantage of the power of data and AI to develop solutions for a digital world that is evolving at a rapid pace. The Trieste Academy is an example of the insurance company's visionary approach, promoting a culture of constant learning and technological advancement to address emerging trends and mold the future of the insurance market.

FOCO SOCIOAMBIENTAL

A SOCIO-ENVIRONMENTAL FOCUS

Outro desafio do novo milênio foi a mudança em prol das questões socioambientais, que se tornaram fundamentais com a tomada de consciência diante das calamidades climáticas. Em 2004 a Generali adota o Código de Ética, que também engloba os princípios de sustentabilidade.

A crescente insegurança global, agravada por catástrofes socioambientais, reforçou a necessidade de entidades responsáveis em suas ações e comprometidas com o futuro. Nesse contexto, a Generali adota uma postura proativa, alinhando-se aos princípios de sustentabilidade por meio de investimentos verdes e produtos com valor ambiental. Em 2020, a empresa lançou o Fundo Internacional Extraordinário para enfrentar os impactos econômicos e sanitários da pandemia de Covid-19, fornecendo assistência imediata e apoiando a recuperação econômica nos países afetados.

Já em 2022, a empresa apresentou o programa Fenice 190, um plano de investimentos de cinco anos voltado à revitalização da economia europeia, focando na sustentabilidade, enfrentamento da pandemia e parcerias público-privadas para mitigar riscos futuros. Esse compromisso com a sustentabilidade rendeu reconhecimento global, incluindo seis anos consecutivos no Dow Jones Sustainability World Index (2018-2022) e cinco anos no Dow Jones Sustainability Europe Index (2019-2022). A Generali também foi destacada pela Corporate Knights como uma das 100 empresas mais sustentáveis do mundo.

Além disso, o Grupo reforça seu compromisso climático com a meta de tornar sua carteira de investimentos neutra em carbono até 2050. Como meta intermediária, pretende reduzir em 25% as emissões de carbono de sua carteira corporativa nos próximos cinco anos. Além disso, a Generali está estudando concentrar investimentos em *green bonds*, reafirmando seu compromisso com uma abordagem sustentável na gestão de ativos.

Another challenge presented by the new millennium was the shift towards support of socio-environmental matters, which have now become fundamental with the new public awareness brought about by climate disasters. In 2004, Generali adopted its Code of Ethics, which also includes its sustainability principles.

The growing global insecurity, worsened by socio-environmental catastrophes, has reinforced the need for entities which take a responsible approach to their actions and commitments to the future. Within this context, Generali has adopted a proactive stance, aligning itself with the principles of sustainability through green investments and products with environmental value. In 2020, the company launched the Extraordinary International Fund to confront the economic and sanitary impacts of the Covid-19 pandemic, providing immediate assistance and supporting the economic recovery of those countries affected.

In 2022, the company unveiled the 'Fenice 190' program, a five-year investment plan focused on revitalizing the European economy, especially in relation to sustainability, tackling the pandemic, and public-private partnerships as a means of mitigating future risks. This commitment to sustainability received global recognition, including six consecutive years on the Dow Jones Sustainability World Index (2018-2022) and five years on the Dow Jones Sustainability Europe Index (2019-2022). Generali was also highlighted by Corporate Knights as one of the world's top 100 sustainable companies.

Furthermore, the Group has strengthened its commitment to the climate through establishment of the target of making its investment portfolios carbon neutral by 2050. As an interim target, the company intends to reduce the carbon emissions involved in its corporate portfolio by 25% in the next five years. Furthermore, Generali is studying how to concentrate its investments in green bonds, thus reinforcing its commitment to taking a sustainable approach towards its asset management.

**Em 2004, a Generali
adota o Código de
Ética, que também
engloba os princípios
de sustentabilidade**

In 2004, Generali adopted
its Code of Ethics,
which also includes its
sustainability principles

**O LEÃO NO BRASIL: UM SÉCULO
DE LEGADO DA GENERALI
THE LION IN BRAZIL: A CENTURY
OF GENERALI'S LEGACY**

A HISTÓRIA DAS SEDES DA GENERALI NO BRASIL

THE HISTORY OF GENERALI OFFICES IN BRAZIL



Na foto do alto, na Avenida Rio Branco, 128, a sede da Generali no Rio de Janeiro até 2019. Na foto de baixo, o prédio Spazio JK, em SP, endereço da empresa em um período nos anos 2000.

The upper photo, at Avenida Rio Branco, 128, Generali's headquarters in Rio de Janeiro until 2019. The lower photo shows the Spazio JK building in SP, the company's address for a period during the 2000s.

A presença da Generali começou em 1925, com sedes estabelecidas tanto no Rio de Janeiro quanto em São Paulo, e em Santos na Rua XV de Novembro, nº 179.

- **No Rio de Janeiro**, a empresa inicialmente ocupou um espaço localizado na prestigiada Avenida Rio Branco, nº 25, refletindo a importância da cidade como um grande centro comercial.
- Nos anos 1930, a empresa mudou-se para a Rua do Ouvidor, nº 158. A rua concentrava livrarias, comércio e era muito movimentada, pois a região era ponto de encontro da sociedade.
- A permanência na Rua do Ouvidor durou pouco e, em 1934, a sede retornou para a Avenida Rio Branco, nº 114, ocupando o primeiro, segundo e terceiro andares.
- Em setembro de 1935, a Assicurazioni adquiriu o edifício localizado na Avenida Rio Branco, nº 128, antigo endereço do jornal *O Paiz*.
- Em dezembro de 1937, a Assicurazioni Generali mudou-se para o edifício da Avenida Rio Branco, nº 128, projeto do arquiteto Ângelo Bruhns.
- Após a Segunda Guerra Mundial, o edifício foi desocupado e renomeado como Edifício Sampaio Corrêa, embora a propriedade tenha sido mantida pelo diretor da empresa à época, André Migliorelli. Por fim, a empresa retornou ao edifício.
- Em 19 de agosto de 2019, a Generali mudou-se para o Edifício Vista Guanabara, localizado na Avenida Barão de Tefé, nº 34.

Generali began its operations in Brazil in 1925, with offices being established in both Rio de Janeiro and São Paulo, as well as in Santos, at 179, Rua XV de Novembro.

- **In Rio de Janeiro**, the company initially occupied a building located at the prestigious address of 25, Avenida Rio Branco, thus reflecting the importance of the city as a large commercial center.
- In the 1930s, the company moved to 158, Rua do Ouvidor. At the time, this busy street was home to bookstores and commerce, since the region was a meeting point for the general public.
- The company remained in Rua do Ouvidor for only a short time, returning its head offices to Avenida Rio Branco in 1934, this time occupying the first, second and third floors of number 114.
- In September 1935, Assicurazioni acquired the building located at number 128, Avenida Rio Branco, which had previously been occupied by the *O Paiz* newspaper.
- In December 1937, Assicurazioni Generali moved to the building located at 128, Avenida Branco, designed by architect Ângelo Bruhns.
- Following the Second World War, the building was vacated and renamed the Sampaio Corrêa Building, although it remained under the ownership of the Director of the company at that time, André Migliorelli. The company ultimately returned to the building.
- On August 19, 2019, Generali moved to the Vista Guanabara Building, located at 34, Avenida Barão de Tefé.

O escritório de São Paulo

O escritório da Generali em São Paulo também passou por diversas mudanças ao longo dos anos.

- O primeiro escritório da Assicurazioni Generali em São Paulo ficava na Rua XV de Novembro, nº 43.
- Este edifício, também projetado por Ângelo Bruhns, tornou-se o escritório da empresa em São Paulo.
- Entre 29 de outubro de 1939 e 1941, o escritório foi temporariamente transferido para o Edifício Conde Matarazzo, na Rua Dr. Falcão Filho, nº 56, enquanto seu prédio estava em construção.
- O Edifício Assicurazioni Generali em São Paulo foi vendido para a BR Properties em 2001.
- Após a venda, a Generali permaneceu no edifício, mas, tempos depois, mudou-se para os andares 17º, 18º e 19º de um prédio na Avenida Juscelino Kubitschek.
- Posteriormente, o escritório foi transferido para o Edifício Berrini One, na Av. Engenheiro Luís Carlos Berrini, nº 105.
- Em 2024, a Generali mudou para outro prédio no mesmo condomínio, o Thera Corporate.

The São Paulo office

Generali's office in São Paulo has also undergone a number of changes over the years.

- Assicurazioni Generali's first office in São Paulo was located at 43, Rua XV de Novembro.
- This building, also designed by Ângelo Bruhns, became the company's office in São Paulo.
- Between October 29, 1939, and 1941, the office was temporarily transferred to the Conde Matarazzo Building, located at 56, Rua Dr. Falcão Filho, while its own building was under construction.
- The Assicurazioni Generali Building in São Paulo was sold to BR Properties in 2001.
- Following the sale, Generali remained in the building, but, shortly afterwards, moved to the 17th, 18th and 19th floors of a building on Avenida Juscelino Kubitschek.
- The office was later moved to the Berrini One Building, located at 105, Av. Engenheiro Luís Carlos Berrini.
- In 2024, Generali moved to another location within the same condominium, the Thera Corporate Building.

A CHEGADA AO BRASIL

ARRIVAL IN BRAZIL

A ASSICURAZIONI GENERALI ESTABELECEU sua presença no Brasil pela primeira vez em 1925, atraída pelas oportunidades proporcionadas pelo crescimento econômico. Na época, o país vivia um *boom* econômico impulsionado pelas exportações de café, resultando em um significativo desenvolvimento urbano, especialmente nas capitais Rio de Janeiro e São Paulo.

Fruto da política imigratória implementada pelo governo brasileiro a partir de 1877, que prometia riqueza e prosperidade, o país atraiu pequenos proprietários endividados de diversas nações. Ao longo das décadas, essa iniciativa resultou na chegada de várias ondas de imigrantes, totalizando cerca de 50 milhões de pessoas.

Inicialmente, a maioria desses trabalhadores se estabeleceu em pequenas propriedades policultoras no Sul ou nas grandes lavouras de café no Sudeste. No entanto, com a transição para o século XX, o fluxo migratório direcionou-se gradualmente para os centros urbanos. Nesses núcleos, os imigrantes passaram a compor o operariado nascente das indústrias em formação e a atuar em atividades urbanas como o comércio e o funcionalismo público.

ASSICURAZIONI GENERALI FIRST ARRIVED in Brazil in 1925, attracted by the opportunities promised by the growing economy. At that time, the country was experiencing an economic boom, driven by coffee exports, resulting in major urban development, especially in the state capitals of Rio de Janeiro and São Paulo.

As a result of the immigration policy implemented by the Brazilian government in 1877, which promised wealth and prosperity, the country attracted indebted small landowners from a variety of different countries. As the decades passed, this initiative led to the arrival of different waves of immigrants, totaling around 50 million people.

Initially, most of these workers set themselves up on small, mixed-crop rural properties in the South of the country or large coffee plantations in the Southeast. With the dawning of the 20th century, however, the migratory flow started gradually turning towards the large urban centers. In these cities, the immigrants started to form the working-class providing labor for the industries that were starting up, working with urban activities such as trade and public service.



Avenida Rio Branco, Rio de Janeiro (1920)

Fotografia histórica de A. C. da Costa Ribeiro mostrando a movimentada Avenida Rio Branco no início do século XX.

Avenida Rio Branco, Rio de Janeiro (1920)

A historical photograph, taken by A. C. da Costa Ribeiro, showing the bustling Avenida Rio Branco at the beginning of the 20th century.

Os italianos tiveram um papel de destaque nesse processo, chegando a formar uma parcela significativa da burguesia emergente e proprietária de indústrias. Além de representar uma importante clientela para as seguradoras de origem italiana, essa colônia também se tornou uma poderosa aliada na divulgação e promoção dos serviços dessas empresas.

The Italian community played an important part in this process, making up a sizable portion of the emerging bourgeoisie and business owners. As well as representing an important client base for the insurance companies of Italian origin, this community also became a powerful ally in the dissemination and promotion of the services provided by these companies.

O PRIMEIRO PASSO

THE FIRST STEP

Antes da chegada da Assicurazioni em 1925, houve um primeiro contato em 1899, com o pedido de representação da Generali no Brasil feito por carta para a sede de Veneza pelo comerciante A. Morelli. Morelli entrou em contato com a sede da empresa em Veneza, que na época era responsável apenas pelo território italiano, e, por isso, a proposta foi recusada.

Alguns anos depois, com a carta da empresa “G. Tomaselli & Cia” de Giuseppe Tomaselli à Assicurazioni propondo representação, a presença da Generali no Brasil passou a ganhar forma. A empresa já atuava no país há 25 anos como agência geral do Lloyd Sabaud, uma companhia de navegação. Em janeiro de 1924, após receber informações iniciais sobre as possibilidades de negócios por meio da **filial da empresa em Londres, a Tomaselli recebeu a representação.**

Em 30 de abril de 1924, o Conselho Diretivo decidiu abrir escritórios no Rio de Janeiro, São Paulo e Santos, operando em todos os ramos de seguros permitidos por lei, como vida, incêndio, transporte, roubo, acidentes e responsabilidade civil. Essas localizações foram estrategicamente escolhidas, pois faziam parte do principal eixo econômico exportador do país, concentrando áreas centrais de negócios como escritórios de importação e exportação, bancos e instituições financeiras, além de abrigarem dois dos maiores portos, fundamentais para o comércio.

O Decreto nº 16.783 foi expedido e publicado no Diário Oficial da União, autorizando as operações no Brasil, junto com as cartas-patentes nº 203 e nº 204, expedidas pela Inspetoria de Seguros. Esses documentos permitiam à empresa realizar operações de seguros e resseguros terrestres e marítimos em território nacional, e, em especial, a nº 204, para seguros de vida.

Contact had initially been made in 1899, long before Assicurazioni's arrival in 1925, with a letter requesting the right to represent Generali in Brazil being sent to the head office in Venice by the retailer A. Morelli. Morelli contacted the company's head offices in Venice, but at that time this office was responsible solely for business within Italy, meaning the proposal was rejected.

A few years later, with the letter received by Assicurazioni from “G. Tomaselli & Cia”, headed by Giuseppe Tomaselli, offering to act as representative, Generali's presence in Brazil began to take shape. The company had been in business in the country for 25 years, operating as a general agency for Lloyd Sabaud, a shipping company. In January 1924, after receiving initial information concerning the business possibilities from **one of the company's branch offices in London, Tomaselli was made the representative.**

On April 30, 1924, the Board of Directors decided to open offices in Rio de Janeiro, São Paulo and Santos, operating in all areas of insurance permitted by law, including life, fire, transport, theft, accident and civil liability. These locations were chosen strategically, since they formed part of the country's main exporting economic axis, concentrating the main business centers comprised of importation and exportation companies, banks and financial institutions, as well as two of the country's most important and economically essential ports.

Decree nº 16.783 was issued and published in the Official Gazette of the Federal Executive, together with patent letters 203 and 204, issued by the Insurance Inspectorate, authorizing operations in Brazil. These documents authorized the company to perform land and maritime insurance and reinsurance operations in Brazil, whilst patent-letter nº 204 provided special authorization to offer life insurance.

**Em 30 de abril de 1924,
o Conselho Diretivo
decidiu abrir escritórios
no Rio de Janeiro, em
São Paulo e em Santos**

On April 30, 1924,
the Board of Directors
decided to open offices
in Rio de Janeiro, São
Paulo and Santos

DESAFIOS INICIAIS

INITIAL CHALLENGES



Anúncio da Assicurazioni Generali no // Pasquino Coloniale (1925)

Publicado no jornal: *Il Pasquino Coloniale* (SP), nº 904, em 14/03/1925, apenas um mês após a fundação da seguradora no Brasil. O anúncio destaca a autorização do governo brasileiro para o funcionamento da companhia.

Advertisement for Assicurazioni Generali in *Il Pasquino Coloniale* (1925)

Published in edition nº 904 of the *Il Pasquino Coloniale* newspaper (SP), on March 14, 1925, just one month after the insurance company had been founded in Brazil.

The advertisement highlights the official authorization granted by the Brazilian Government for the company to operate.

A trajetória da Generali foi marcada por testes e conquistas. A empresa enfrentou concorrência de seguradoras já bem estabelecidas no país. Apesar desse cenário competitivo, sempre demonstrou seu compromisso com o mercado.

Em 21 de fevereiro de 1925 é expedida a carta-patente nº 203 pela Inspeção de Seguros do Ministério da Fazenda para a Assicurazioni Generali. A carta era uma ferramenta de regulação introduzida pela Lei nº 294 de 1895, a primeira legislação voltada ao mercado de seguros no país. Seu objetivo era reforçar a fiscalização sobre seguradoras estrangeiras, especialmente as de seguro de vida, garantindo que as reservas técnicas e os prêmios pagos permanecessem no país, evitando assim a evasão de divisas.

A divulgação dos serviços da seguradora começou em jornais italianos voltados à comunidade imigrante. Um exemplo é o anúncio publicado em 14 de março de 1925, apenas um mês após o início das operações, no *Il Pasquino Coloniale*.

O anúncio menciona, inclusive, a autorização oficial concedida pelo governo brasileiro para o funcionamento da seguradora.

O primeiro ano no Brasil foi de adaptação, e a representação atuou praticamente só no ramo de incêndio. No ano seguinte, a matriz envia Giuseppe Scagliarini, que em seis meses assumiu a gestão direta da filial e reorganizou a estrutura da empresa.

Em 1927, foram iniciadas as operações nos ramos acidentes, roubos e vida. Neste ano, a Anonima Infortuni, subsidiária de Milão do Grupo Generali, enviou representantes ao Brasil para auxiliar neste setor. As representações contabilizavam já 30 escritórios distribuídos nos estados do Rio de Janeiro, São Paulo, Minas Gerais, Rio Grande do Sul, Paraná, Bahia, Pernambuco, Alagoas, Paraíba e Espírito Santo.

Generali's journey has been marked by testing times and great achievements. The company faced competition from insurance companies that had already been long established in the country. Despite this competitive scenario, the company has always shown its commitment to the market.

On February 21, 1925, letters patent number 203 was issued on behalf of Assicurazioni Generali by the Ministry of Finance's Inspectorate of Insurance. The letters patent was a regulatory instrument introduced by Law nº 294, in 1895, the first piece of legislation to be passed in the country focused on the insurance market. It was aimed at reinforcing the inspection of foreign insurance companies, especially those providing life insurance, to ensure that the technical reserves and premiums paid actually remained in the country, thus preventing tax evasion.

Announcements concerning the insurance company's services were placed in Italian newspapers aimed at the immigrant community. One example was the advertisement published in the *Il Pasquino Coloniale* newspaper on March 14, 1925, just one month after the company began its operations. The ad included mention of the official authorization granted by the Brazilian Government for the insurance company to operate in the country.

The first year in Brazil was focused on adapting to the local culture, with fire insurance being practically the only cover provided. The following year, the head office sent Giuseppe Scagliarini, who, within six months, had assumed direct management of the branch and reorganized the company structure.

In 1927, operations began in the areas of accident, theft and life insurance. This same year, Anonima Infortuni, a Milan-based subsidiary of the Generali Group, sent more representatives to Brazil to assist in this sector. The representations numbered 30 offices distributed across the states of Rio de Janeiro, São Paulo, Minas Gerais, Rio Grande do Sul, Paraná, Bahia, Pernambuco, Alagoas, Paraíba and Espírito Santo.

O SEGURADO NÚMERO 1

THE FIRST TO BE INSURED

A propaganda de seguros não se destinava apenas aos imigrantes, nem ao empresariado industrial e a comerciantes em busca de proteção para si, suas empresas e propriedades. Embora esses segmentos sociais tenham figurado entre os primeiros clientes, eles não representavam a maioria. Uma análise amostral das apólices de seguros de vida da época revela que imigrantes italianos compunham apenas 5% dos segurados, enquanto industriais e comerciantes somavam 8%. Fora dos grandes centros urbanos, os agricultores representavam cerca de 14% do total.

O que fica claro é a diversidade de profissões compatíveis com os contextos urbanos, indicando a formação das classes médias urbanas que transformaram a sociedade brasileira naquele período. Entre os segurados da amostra encontram-se funcionários públicos, profissionais liberais, bancários, farmacêuticos e, sobretudo, comerciantes e trabalhadores do comércio, que juntos perfazem 28% do total. A primeira apólice emitida em São Paulo exemplifica esse perfil: Luiz Migliano, nascido em 1888, era médico.

The advertising of different insurance policies was not aimed solely at immigrants, nor at the industrial or commercial communities seeking to protect themselves, their businesses and properties. Despite these sectors of society having figured amongst the first clients, they did not represent the majority. A sample analysis of the life insurance policies at the time reveals that Italian immigrants made up just 5% of the insured parties, whilst the industrial and commercial sectors accounted for 8%. Outside the large urban centers, farmers represented around 14% of the total.

What is obvious is the wide range of professions suited to urban environments, suggesting the formation of the urban middle classes that transformed Brazilian society at the time. Amongst the insured parties that appear in the sample are civil servants, liberal professionals, bankers, pharmacists and, above all, traders and commercial workers, who, together, make up 28% of the total. The very first policy to be issued in São Paulo demonstrates this profile: Luiz Migliano, born in 1888, was a physician.

OS VIBRANTES ANOS 1920

THE ROARING '20s

O seguro contra incêndio era um dos mais procurados, refletindo tanto os vestígios de um passado provinciano e rural, com o uso doméstico do fogo, quanto os avanços de uma modernidade emergente. Um exemplo desse último aspecto eram

Além do seguro contra incêndio, a Assicurazioni Generali também oferecia apólices para roubo e responsabilidade civil, atendendo às demandas mais comuns da época

As well as insurance against fire, Assicurazioni Generali also offered policies protecting against theft and civil liability, thus meeting the most common requirements of the time

as apólices contra incêndio para cinematógrafos, os cinemas. Esses estabelecimentos lidavam com o constante risco de queimadas, já que as películas de nitrato de celulose, usadas na época, eram altamente inflamáveis.

Além do seguro contra incêndio, a Assicurazioni Generali também oferecia apólices para roubo e responsabilidade civil, atendendo às demandas mais comuns da época. A seguradora também demonstrava flexibilidade ao oferecer serviços inusitados, conforme as necessidades específicas, assim como o seguro aeroviário, ainda raro na época.

Outro serviço peculiar era o traslado funerário, que organizava o transporte de corpos entre localidades, atendendo a uma demanda sensível e prática da época.

Insurance against fire was one of the most sought-after policies, reflecting both the remnants of a provincial and rural past, with the use of fire in the home, and the advances made as part of an emerging modernity. One example of the latter scenario was the insurance against fire taken out on cinemas. These establishments lived with the constant risk of fire, since the film, made of cellulose nitrate, was highly flammable.

As well as insurance against fire, Assicurazioni Generali also offered policies protecting against theft and civil liability, thus meeting the most common requirements of the time. The insurance company showed its flexibility by offering new and unusual services, depending upon specific needs, such as aviation insurance, which was still very uncommon at the time.

Another innovative service was that of funeral transportation, involving the movement of bodies from one place to another, meeting a sensitive demand in a way that was practical for the time.

PUBLICIDADE E ESTRATÉGIAS DE MERCADO

PUBLICITY AND MARKET STRATEGIES

A publicidade nos anos 1920 era predominantemente veiculada em jornais e revistas, com formatos simples que usavam fontes tipográficas de destaque para chamar atenção. O foco das campanhas estava em enfatizar as qualidades dos produtos. Uma das primeiras propagandas identificadas da Assicurazioni Generali no Brasil foi publicada no jornal humorístico *Il Moscone* em 6 de agosto de 1925, poucos meses após a fundação. Escrita em italiano, ela ilustrava uma estratégia recorrente da empresa: reforçar a confiabilidade da seguradora ao destacar sua longa trajetória e ampla presença no mercado mundial.

Le "Assicurazioni Generale Venezia e Trieste" a San Paolo

Le Assicurazioni Generali di Venezia e Trieste sono di fama mondiale; questa fama hanno meritamente conquistata colla serietà della loro condotta e colla poderosa mole dei loro capitali. E' la prima volta che una grande Compagnia di Assicurazioni Italiana viene a lavorare in questa piazza, non temendo affatto la concorrenza delle altre pur potenti Compagnie Nord Americane, ma colla sicurezza al contrario si affida a sé rapidamente grande parte della clientela, nessun potendo superarla nei vantaggi e nelle garanzie che essa offre.

La Compagnia "Assicurazioni Generali" pretende iniziare le sue operazioni nell'America Latina, cominciando dal Brasile, dove potrà, d'accordo con le leggi del paese, un capitale di responsabilità di cinque mila contos di reis ed ha dato tutte le garanzie morali e materiali che la legge prescrive.

Da parte del pubblico e non soltanto dei suoi connazionali non mancheranno alla vecchia Compagnia Italiana le prove di stima, che le condizioni liberali e le tasse modiche le hanno fatto meritare. Ogni persona curante i suoi interessi, nella scelta di chi deve farsi responsabile dei suoi beni e della sua vita, sarà necessariamente orientata verso le qualità di sperimentata supremazia e probità, delle quali la Compagnia "Assicurazioni Generali" maggiormente è orgogliosa.

Oltre a rischi del fuoco ed a quelli marittimi e ferroviari, la Compagnia accetterà anche assicurazioni contro infortuni individuali e contro la responsabilità civile dinanzi a terzi.

Queste due ultime forme di previdenza ancora poco apprezzate in questo paese, sono state studiate allo scopo di dare ad esso grande sviluppo e la Compagnia "Assicurazioni Generali" ha piena fiducia che il favore e il successo saranno riservati ai suoi sforzi, di modo che questi due rami in breve tempo eguaglieranno gli altri nella stima del pubblico.

Agenti Generali: G. Tomaselli & Cia.
SAN PAOLO - RIO - SANTOS
Indirizzo Telegrafico: TOMASELLI

Advertising in the 1920s was predominantly conducted in newspapers and magazines, employing simple formats that used special typographic fonts designed to attract attention. The focus of the campaigns was to emphasize the quality of the products. One of the first identified pieces of advertising for Assicurazioni Generali in Brazil was published in the humorous newspaper *Il Moscone*, on August 6, 1925, just a few months after the company was founded. Written in Italian, it demonstrates one of the company's recurring strategies: to reinforce trust in the insurance company by highlighting its long history and far-reaching presence in the global market.

ASSICURAZIONI GENERALI di Trieste e Venezia

COMPANHIA ITALIANA FUNDADA EM 1831
Capital Social realiado na Italia, Liras 60.000.000,00
Capital de Resp. realiado no Brasil, Rs. 8.000.000\$000

Fundo de garantia até 31/12/1924:
na Italia: Liras 746.469.126,45 (mais de Rs. 235.000.000\$000), — no Brasil: Rs. 400.000\$000.
Sinistros pagos desde a fundação até 31/12/1924:
Liras 2.603.000.000,00 (mais de 780.000.000\$000)

A Companhia aceita seguros:
contra INCENDIO;
contra RISOS DE TRANSPORTES MARITIMOS E FERROVIARIOS;
contra ROUBOS;
contra ACCIDENTES INDIVIDUAES;
contra RESPONSABILIDADE CIVIL para com terceiros.

A Companhia tem sedes em todo o antigo continente e Agencias em todo o mundo.

AGENTES GERAES:
G. TOMASELLI & Cia.

RIO DE JANEIRO: SÃO PAULO: SANTOS:
Avenida Rio Branco, 25 Rua 15 de Novembro, 43 R. 15 de Novembro, 179
AVISO — Nos seguros de ACCIDENTES e de RESPONSABILIDADE CIVIL, a Companhia "ASSICURAZIONI GENERALI" concederá um desconto especial de 10 % aos socios da Associação de Estradas de Rodagem.

DA ESQUERDA PARA A DIREITA
FROM LEFT TO RIGHT

Propaganda da Assicurazioni Generali no *Il Pasquino Coloniale* (1925)

Na edição de 14/03/1925, nº 904, do semanário ilustrado lançado no início do século XX, destacam-se os serviços da Assicurazioni Generali no Brasil, representada pela G. Tomaselli & Cia. O jornal era publicado em SP e destinado à comunidade imigrante italiana.

Advertisement for Assicurazioni Generali in *Il Pasquino Coloniale* (1925)

In edition nº 904 of the illustrated weekly newspaper launched at the beginning of the 20th century, published on March 14, 1925, an advertisement highlights the services of Assicurazioni Generali, represented by G. Tomaselli & Cia. in Brazil. The newspaper, published in São Paulo, was aimed at the Italian community.

Propaganda da Assicurazioni Generali (1926)

Anúncio publicado destacando os serviços da Assicurazioni Generali, representada pela G. Tomaselli & Cia., em material veiculado na revista Boas Estradas.

Advertising for Assicurazioni Generali (1926)

Advertisement placed in the Boas Estradas magazine, highlighting the services of Assicurazioni Generali, represented by G. Tomaselli & Cia.

DESAFIOS DOS ANOS 1930

THE CHALLENGES OF THE 1930s

Nessa década, os negócios cresceram significativamente. Entre 1929 e 1935, o número de funcionários dobrou, e a empresa expandiu sua rede de representação. Em 1934, a Generali iniciou operações no ramo automotivo e em seguros de vida em grupo para trabalhadores. Também no início da década, a companhia passou a investir em imóveis.

Durante esse período, a empresa também começou a adquirir participações em empresas locais, como a Segurança Industrial, para fortalecer sua posição no Brasil.

Porém, a Constituição de 1937 representou uma ameaça às seguradoras estrangeiras, ao introduzir iniciativas que visavam à nacionalização do mercado segurador, obrigando empresas estrangeiras a se adaptarem a um cenário regulatório mais restritivo e competitivo.

Um dos passos da Constituição foi cassar o funcionamento de empresas seguradoras alemãs e italianas, iniciando um processo de liquidação e nacionalização, como o Decreto-Lei nº 4.636 e outras medidas para garantir empregos. O caso da Assicurazioni Generali foi peculiar, pois seu diretor à época, André Migliorelli, conseguiu preservar a empresa durante a intervenção, permitindo sua retomada após a guerra.

O processo consolidou o mercado segurador nacional, com empresas estrangeiras se adaptando ou deixando o país. A sede da Assicurazioni foi preservada, mas alguns imóveis foram vendidos, sempre com restrições de nacionalidade para compradores. O movimento refletiu o contexto geopolítico da época, em que o Brasil estava alinhado com os Estados Unidos, que reforçava a perseguição das seguradoras de países do Eixo, endossada pela Black List e divulgada pelo presidente Roosevelt.

The business grew significantly in the 1930s. Between 1929 and 1935, the number of employees doubled, and the company expanded its network of representatives. In 1934, Generali began operations in the automotive field and began offering group life insurance policies for workers. Also at the beginning of the decade, the company started investing in properties.

At this time, the company also started acquiring shares in local companies, such as Segurança Industrial, as a means of strengthening its position in Brazil.

The 1937 Constitution, however, represented a threat to foreign insurance companies, since it introduced initiatives that sought to nationalize the insurance market, obliging foreign companies to adapt themselves to a more restrictive and competitive regulatory scenario.

One of the moves enabled by the Constitution was to revoke the licenses of German and Italian insurance companies, beginning a process of liquidation and nationalization, in the form of Decree-Law nº 4.636 and other measures designed to protect jobs. The case of Assicurazioni Generali was unusual, since its Director at the time, André Migliorelli, managed to preserve the company during the government intervention, allowing it to resume operations following the war.

The process consolidated the domestic insurance market, with foreign companies either adapting their operations to the local scenario or leaving the country. The Assicurazioni head offices were preserved, but a number of properties were sold, but always with restrictions on the nationality of the purchasers. This move reflected the geopolitical context at the time, when Brazil was aligned with the United States, which underlined the persecution of insurance companies from the Axis countries, formalized by a Blacklist and disseminated by President Roosevelt.



**Edifício da Assicurazioni Generali
no Rio de Janeiro**

Na década de 30, a companhia inaugurou o Edifício Generali, na Avenida Rio Branco, um dos primeiros arranha-céus da cidade e que passou a ser a sede da Generali no Brasil.

**Building housing Assicurazioni Generali
in Rio de Janeiro**

In the 1930s, the company inaugurated the Generali Building, on Avenida Rio Branco, one of the city's first skyscrapers, which became the head offices of Generali in Brazil.

PÓS-GUERRA POST-WAR

MERCÚRIO COMPANHIA NACIONAL DE SEGUROS MERCÚRIO COMPANHIA NACIONAL DE SEGUROS



Mercúrio Companhia Nacional de Seguros

A Mercúrio Companhia Nacional de Seguros foi criada para operar com seguros e resseguros dos ramos elementares.

Foi uma empresa coirmã da Assicurazioni Generali.

Mercúrio Companhia Nacional de Seguros

Mercúrio Companhia Nacional de Seguros was founded to work with P&C insurance and reinsurance. It was a sister company to Assicurazioni Generali.

APÓS A SEGUNDA GUERRA E O FIM DO fascismo, o país ainda vivia sob o autoritarismo do Estado Novo, encerrado pelo golpe das Forças Armadas de 29 de outubro de 1945. Nessa época, foi criada a Mercúrio Companhia Nacional de Seguros, que começou a operar em 1946. Desde sua fundação, a empresa contou com forte influência da Assicurazioni Generali, evidenciada pela presença de seus diretores, como André Migliorelli, Emilio Milla e Giorgio Zanardi. Migliorelli, que foi diretor da Assicurazioni antes de sua liquidação, tornou-se diretor-presidente da Mercúrio. Há indícios de que a criação da Mercúrio serviu como estratégia para a continuidade das operações da Generali no Brasil. Vinte oito anos depois, a Mercúrio incorporaria a Assicurazioni Generali, consolidando essa relação.

Migliorelli também obteve a autorização necessária dada pela matriz, promovendo sua reestruturação e reinserção no mercado. O impacto do decreto de 1942, aliado à supervisão do IRB (Instituto de Resseguros do Brasil), contribuiu para que o mercado segurador nacional, ainda que sem uma nacionalização formal decretada, evoluísse gradativamente. Esse processo resultou no fortalecimento e na consolidação de grupos seguradores no país, delineando cada vez mais os contornos de um setor dominado por empresas nacionais.

FOLLOWING THE SECOND WORLD WAR AND the defeat of fascism, the country remained under the authoritarian rule of the 'Estado Novo', which was forced out by the military coupe of October 29, 1945. During that period, the Mercúrio Companhia Nacional de Seguros insurance company was founded, with operations beginning in 1946. Since its founding, the company has always been heavily influenced by Assicurazioni Generali, evidenced by the presence of its directors in the administrative structure, including André Migliorelli, Emilio Milla and Giorgio Zanardi. Migliorelli, who was a director at Assicurazioni before it was liquidated, became CEO of Mercúrio. There is evidence that the founding of Mercúrio was part of a strategy for Generali to be able to continue its operations in Brazil. Twenty-eight years later, Mercúrio would merge with Assicurazioni Generali, thus consolidating the relationship.

Migliorelli also obtained the necessary authorization from the head office, leading its restructuring and subsequent reinsertion into the market. The impact of the decree passed in 1942, together with the supervision of the 'IRB' ('Instituto de Resseguros do Brasil' / 'Brazilian Institute of Reinsurance'), contributed to the ability of the domestic insurance market, with its nationalization still yet to be formally decreed, to gradually evolve. This process resulted in the strengthening and consolidation of insurance groups in the country, increasingly shaping the profile of a sector that was dominated by domestic companies.

INSTITUTO DE RESSEGUROS DO BRASIL (IRB)

INSTITUTO DE RESSEGUROS DO BRASIL (IRB)

Em 3 de abril de 1939, o Instituto de Resseguros do Brasil (IRB) foi criado para exercer o monopólio de resseguros no país, evitando a evasão de divisas e equilibrando os limites de retenção de riscos. O IRB também fomentou o crescimento das seguradoras nacionais, oferecendo recursos financeiros e conhecimento técnico. Nos primeiros anos, realizou-se um levantamento do mercado, constatando que seguradoras nacionais precisavam ressegurar valores muito superiores às estrangeiras.

O IRB foi essencial para iniciar o controle sobre seguradoras estrangeiras e impulsionar a nacionalização do setor. Decretos-leis nos anos seguintes consolidaram essa política, impondo cosseguros obrigatórios, restrições de atuação e fiscalização às estrangeiras. Além disso, o Instituto definiu que essas empresas deveriam ter funcionários brasileiros e operar apenas em ramos já estabelecidos.

The Brazilian Institute of Reinsurance (IRB), founded on April 3, 1939, was created to exercise the reinsurance monopoly in the country, avoiding tax evasion and balancing the limits of risk retention. The IRB also promoted the growth of domestic insurance companies, offering financial resources and technical expertise. During its first years, it undertook a survey of the market, discovering that domestic insurance companies needed to reinsure much higher sums than their foreign competitors.

The IRB was essential in initiating the control over foreign insurance companies and driving the nationalization of the sector. A number of decree-laws passed during the years that followed consolidated this policy, requiring obligatory coinsurance, restrictions on activities and inspection of the foreign companies. The Institute also established that these companies were required to have Brazilian employees and operate only within the established business sectors.

ABERTURA AO CAPITAL ESTRANGEIRO E TRANSFORMAÇÕES NA POLÍTICA DE SEGURO

THE OPENING OF FOREIGN CAPITAL AND TRANSFORMATIONS IN THE POLICIES GOVERNING INSURANCE

A Constituição de 1946 marcou uma nova fase, promovendo a entrada de capital estrangeiro com igualdade de condições para empresas nacionais e internacionais, contrastando com a política nacionalista anterior. Contudo, permaneceu em vigor o Decreto-Lei nº 2.063/1940, que restringia a atuação de seguradoras estrangeiras. O cenário era de expectativa: acreditava-se que o controle estatal sobre o mercado de seguros seria reduzido, mas as discussões na Assembleia Nacional Constituinte mostraram vozes divididas. Enquanto alguns defendiam a continuidade da política nacionalista por seus benefícios ao mercado interno, outros ansiavam por mais liberalização.

The 1946 Constitution marked the start of a new phase, promoting the entry of foreign capital with equal conditions for domestic and international companies, in direct contrast to the previous nationalist policy. Decree-Law nº 2.063/1940 did, however, remain in effect, restricting the operations of foreign insurance companies. There was a great deal of expectation in the air, since it was believed that state control of the insurance market would diminish, but the debates in the National Constitutional Assembly showed divided opinions. Whilst some defended the continuation of the nationalist policy due to the benefits it offered to the domestic market, others argued for more liberalization.

As discussões na Assembleia Nacional Constituinte foram importantes para o futuro da atuação das seguradoras estrangeiras no Brasil. Algumas correntes defendiam a política nacionalista, enquanto outras eram a favor da liberalização.

The discussions held at the National Constitutional Assembly were extremely important for the future operations of foreign insurance companies in Brazil. Some defended the nationalist policy, whilst others were in favor of liberalization.



RESTITUIÇÃO E REESTRUTURAÇÃO DA ASSICURAZIONI

RESTORATION AND RESTRUCTURING OF ASSICURAZIONI

Com o breve intervalo de liberalismo no governo de Gaspar Dutra, a Assicurazioni Generali conseguiu retomar suas operações. Em 12 de julho de 1950, Dutra promulgou um acordo bilateral entre Brasil e Itália, visando fortalecer a cooperação entre os países e solucionar pendências decorrentes do Tratado de Paz de 10 de fevereiro de 1947. Esse acordo foi crucial para restituir à Assicurazioni seus bens, direitos e autorizações, permitindo que a seguradora se reestruturasse no mercado brasileiro.

During the brief period of liberalism offered by the Gaspar Dutra government, Assicurazioni Generali managed to restart its operations. On July 12, 1950, Dutra enacted a bilateral agreement between Brazil and Italy, aiming to strengthen co-operation between the countries and resolve pending issues arising from the Peace Treaty signed on February 10, 1947. This agreement was crucial for Assicurazioni to be able to retrieve its assets, rights and authorizations, allowing the insurance company to restructure itself in the Brazilian market.

NOVAS OPORTUNIDADES PARA O MERCADO DE SEGUROS

NEW OPPORTUNITIES FOR THE INSURANCE MARKET

Nesse contexto de transformação, o Estado emergiu como um importante cliente potencial para o setor de seguros, especialmente em projetos industriais e de infraestrutura. A partir de 1952, o governo adotou um viés desenvolvimentista, criando o BNDES e a Petrobras para fomentar a economia. Para o setor de seguros, o Estado tornou-se um cliente potencial e a expansão da indústria automobilística abriu novas oportunidades, incluindo negociações para a implementação do seguro obrigatório para proprietários de automóveis. Esse dinamismo não só diversificou o mercado, mas também consolidou a atuação de seguradoras no apoio às mudanças estruturais da economia.

Within this context of transformation, the State emerged as an important potential client for the insurance sector, especially in relation to industrial and infrastructure projects. From 1952 on, the government adopted an expansionist approach, creating the BNDES and Petrobras as a means of promoting the economy. For the insurance sector, the State emerged as a potential client, whilst the expansion of the automobile industry opened the door to new opportunities, including negotiations for the implementation of obligatory insurance for automobile owners. This dynamism not only diversified the market, but also consolidated the activities of insurance companies in support of the structural changes being applied to the economy.

ANOS 1960: DESAFIOS E TRANSFORMAÇÕES NO MERCADO DE SEGUROS

THE 1960S: CHALLENGES AND CHANGES IN THE INSURANCE MARKET

Essa década foi marcada por uma crise significativa no setor de seguros, impulsionada pela inflação que corroía os valores dos contratos

This decade was notable for the major crisis that the insurance sector suffered, driven by high inflation that undermined the values of contracts

Essa década foi marcada por uma crise significativa no setor de seguros, impulsionada pela inflação que corroía os valores dos contratos, prêmios e reservas técnicas, e seguradoras fechando por insolvência. Parte da instabilidade se devia aos problemas do órgão fiscalizador do mercado, o DNSPC.

As soluções vieram por parte do diretor da DNSPC, Raul Silveira, que assumiu o cargo em 1966 e que tinha dois objetivos: sanar o mercado de seguros e reformular a legislação. Após pesquisa do mercado securitário, o executivo, juntamente com uma comissão consultiva, elaborou uma proposta que tratava da regulamentação do seguro e do desmonte do DNSPC para a criação

de novos órgãos, o CNSP (Conselho Nacional de Seguros Privados) e a Susep (Superintendência de Seguros Privados). A proposta deu origem ao Decreto-Lei nº 73 de 21 de novembro de 1966.

Mesmo nesse cenário adverso, que antecede as mudanças para o mercado segurador em 1966, os balanços da Assicurazioni Generali entre 1960 e 1965 indicaram crescimento, reflexo de um esforço de recuperação do setor.

This decade was notable for the major crisis that the insurance sector suffered, driven by high inflation that undermined the values of contracts, premiums and technical reserves, whilst a number of insurance companies closed due to insolvency. Part of the instability was due to problems involving the market's regulatory body, the DNSPC.

The solutions were provided by the Director of the DNSPC, Raul Silveira, who assumed the position in 1966, and who had two main objectives: to resolve the problems faced by the insurance market and restructure the relevant legislation. Following a detailed analysis of the insurance market, together with an advisory commission, he developed a proposal focusing on the regulation of insurance and the dismantling of the DNSPC for the creation of two new organs - the CNSP (National Council for Private Insurance) and Susep (Private Insurance Regulator). The proposal led to Decree-Law nº 73, dated November 21, 1966.

Even considering this challenging scenario, which preceded the changes to the insurance market that took place in 1966, the Assicurazioni Generali balance sheets between 1960 and 1965 showed growth, reflecting the recovery efforts made within the sector.

REFORMAS ESTRUTURAIS NO MERCADO

STRUCTURAL REFORMS IN THE MARKET

Entre as mudanças mais relevantes implementadas nesse período, destacam-se medidas de modernização e regulação. Além disso, algumas iniciativas trouxeram fôlego ao setor, como:

- **Cobrança bancária vinculada aos contratos:** O Decreto nº 59.195 (8/12/1966) assegurou mais liquidez ao atrelar a vigência dos contratos ao pagamento bancário.
- **Modelo padronizado de apólices:** Facilitou operações e reduziu incertezas contratuais.
- **Ampliação dos limites de operação e regulamentação de comissões:** Contribuiu para mais estabilidade no setor.
- **Controle de reservas técnicas pelo Conselho Monetário Nacional (CMN):** Reforçou a transparência e alinhamento com a política monetária.

Essas medidas foram complementadas em 1967 pelo Decreto nº 61.867, que instituiu seguros obrigatórios como *Responsabilidade Civil dos Proprietários de Veículos Automotores de Vias Terrestres* (Recovat). Embora apresentasse alta taxa de sinistralidade, o Recovat foi compensatório para o mercado ao suprir a perda do seguro de acidentes de trabalho, transferido parcialmente ao Instituto Nacional de Previdência Social (INPS), criado pelo Decreto-Lei nº 72 (1966).

Of all the important changes that were implemented during this period, the measures taken for the modernization and regulation of the sector were especially important. In addition to this, a number of other initiatives breathed life into the sector, including:

- **Bank charges linked to contracts:** Decree nº 59.95 (December 8, 1966) ensured more liquidity by linking contract terms to bank payments.
- **A standardized policy for contracts:** This facilitated operations and reduced contractual uncertainties.
- **Expansion of the operating limits and regulation of commissions:** This contributed to greater stability in the sector.
- **Control of technical reserves by the National Monetary Council (CMN):** This reinforced transparency and alignment with the monetary policy.

These measures were complemented in 1967 by Decree nº 61.867, which established obligatory insurance such as *Civil Liability of Owners of Automotive Land Vehicles* (Recovat). Despite leading to a high claims ratio, Recovat compensated the market, since it made up for the loss of insurance for accidents at work, transferring it partially to the National Social Security Institute (INPS), created by Decree-Law nº 72 (1966).

CONSOLIDAÇÃO E FUSÃO

CONSOLIDATION AND MERGER

Em 29 de novembro de 1973, seu patrimônio líquido foi incorporado pela seguradora Mercúrio

On November 29, 1973, its equity was incorporated by the insurance company Mercúrio

A virada para os anos 1970 trouxe uma guinada na política de seguros com o Decreto-Lei nº 1.115, que incentivava fusões empresariais por meio de benefícios fiscais. Esse movimento resultou na consolidação do mercado, promovendo a integração de bancos e seguradoras e dando origem a novas instituições.

A Assicurazioni Generali também passou por uma grande transformação nesse contexto. Em 29 de novembro de 1973, seu patrimônio líquido foi incorporado pela seguradora Mercúrio, com um ágio de 32%. Essa fusão também incluiu os imóveis dos escritórios no Rio de Janeiro e em São Paulo, fortalecendo o capital da empresa. Após a reestruturação societária, a Assicurazioni foi rebatizada como **Generali do Brasil Companhia Nacional de Seguros** e passou por reformas estatutárias significativas, que incluíram:

- Extensão para operações no ramo vida.
- Emissão de ações nominais ao valor de Cr\$ 1,00.
- Aumento de membros na diretoria.
- Criação de um Conselho Consultivo (1974).

The dawn of the 1970s saw an about-turn in the country's policy on insurance, with Decree-Law nº 1.115, which provided incentives for company mergers in the form of tax benefits. This move resulted in the consolidation of the market, encouraging the integration of banks and insurance companies and giving rise to new institutions.

Assicurazioni Generali also underwent an enormous transformation as part of this scenario. On November 29, 1973, its equity was incorporated by the insurance company Mercúrio, involving goodwill of 32%. This merger also included the properties housing the Rio de Janeiro and São Paulo offices, thereby strengthening the company's capital. Following this corporate restructuring, Assicurazioni was renamed **Generali do Brasil Companhia Nacional de Seguros** and underwent major statutory reforms, including:

- Expansion of operations into the area of life insurance.
- Issuance of nominal shares at the value of Cr\$ 1.00.
- An increased number of board members.
- Creation of an Advisory Board (1974).

LIDERANÇA DE EDMUNDO BARBOSA DA SILVA

EDMUNDO BARBOSA DA SILVA HEADS THE COMPANY

A nova fase da Generali foi liderada por Edmundo Barbosa da Silva, diplomata e primeiro presidente da empresa no país. Com um histórico que incluiu atuação na Embaixada Brasileira em Londres durante a Segunda Guerra Mundial, chefia de delegações internacionais e liderança no Instituto do Açúcar e do Alcool (IAA), Barbosa trouxe uma visão estratégica para a empresa.

Sob sua gestão, expandiram-se suas operações para o mercado externo, recebendo autorização para atuar em riscos fora do Brasil e resseguros internacionais. Essa internacionalização posicionou a Generali como pioneira entre as seguradoras atuando no Brasil, destacando seu papel como modelo para o setor.

This new phase in the history of Generali was led by Edmundo Barbosa da Silva, a diplomat and first president of the company in Brazil. With a career that had included working at the Brazilian Embassy in London during the Second World War, head of international delegations, and head of the Sugar and Ethanol Institute (IAA), Barbosa brought a strategic vision to the company.

Under his management, the operations were expanded to the overseas market, receiving authorization to work with risks outside Brazil and international reinsurance. This internationalization positioned Generali as a pioneer among insurance companies operating in Brazil, highlighting its role as a model for the industry.

Campanha do Seguro ComTrato da Generali (1988)

Propaganda publicada nos *Cadernos de Seguro da Funenseg* destacando o lançamento do Seguro ComTrato, uma modalidade inovadora que reunia 18 coberturas em um único produto voltado para pequenas e médias empresas, com custo acessível e sem necessidade de vistoria.

Generali's ComTrato Insurance Campaign (1988)

Advertising published in the *Cadernos de Seguro da Funenseg* announcing the launch of the innovative ComTrato Insurance, which combined 18 different policies in a single, low-price and inspection-free product, aimed at small and medium-sized companies.

ComTrato, da Generali. A cobertura de todos os seguros que a sua empresa precisa, pelo preço de um só.

ComTrato é o seguro da Generali que, em uma única apólice, garante as empresas contra incêndio, explosão, queda de raio, vendaval, granizo, queda de aeronaves, impacto de veículos terrestres, alagamento, tumultos, comoções civis e riscos congêneres, lucros cessantes total e parcial, roubo e furto qualificado, perda de valores estacionários, perda de valores em trânsito, responsabilidade civil, perda de aluguel e acidentes pessoais de empregados. Tudo isso sem a necessidade de vistoria prévia e com uma série de vantagens e facilidades que você nem vai acreditar.

Chame seu corretor e conheça ComTrato. O grande seguro da pequena e média empresa. Como a sua.

GENERALI ComTrato Seguros

O período pós-Segunda Guerra Mundial trouxe um *boom* de desenvolvimento, levando a um crescimento substancial do mercado de seguros. A Generali aproveitou esse momento, reestruturando e expandindo suas operações, diversificando seu portfólio de produtos para atender às crescentes demandas do mercado.

Com a transição do Brasil para uma economia de mercado aberto nas décadas de 1980 e 1990, a Generali continuou a evoluir, adotando avanços tecnológicos e formando parcerias estratégicas com bancos. O compromisso da empresa com o atendimento ao cliente e seus produtos de seguro inovadores consolidaram sua posição como uma das principais seguradoras no mercado.

No início do século XXI, a Generali embarcou em uma jornada de transformação digital, incorporando novas tecnologias para aumentar a eficiência, melhorar a experiência do cliente e otimizar suas operações. A empresa expandiu sua rede, estabelecendo filiais, agências e centros de atendimento em grandes cidades, garantindo sua presença em todo o país. A companhia também adaptou sua oferta de produtos às necessidades em evolução do mercado, com foco especial em áreas como saúde, seguros de propriedade e automóveis.

The post-Second World War period saw a development boom, leading to substantial growth in the insurance market. Generali took advantage of this moment, restructuring and expanding its operations, involving the diversification of its portfolio of products to meet the growing demands of the market.

With Brazil's transition to an open market economy in the 1980s and 1990s, Generali continued to evolve, implementing technological advances and establishing strategic partnerships with banks. With its commitment to customer service and its innovative insurance products, the company consolidated its position as one of the leading insurance institutions in the market.

With the advent of the 21st century, Generali began its journey of digital transformation, incorporating modern technologies aimed at increasing efficiency, improving the client experience, and streamlining its operations. The company expanded its network, establishing branch offices, agencies and service centers in major cities, thereby ensuring its presence throughout the country. The company has also adapted its products to the needs of the market, with special focus on areas such as health, property and automobile insurance.

**Com a transição
do Brasil para uma
economia de mercado
aberto nas décadas de
1980 e 1990, a Generali
continuou a evoluir**

With Brazil's transition to
an open market economy
in the 1980s and 1990s,
Generali continued to evolve

DESAFIOS E ABERTURA CHALLENGES AND DEREGULATION

**Esses avanços marcaram
o início de uma nova
era para o mercado de seguros,
promovendo modernização e
um ambiente mais competitivo**

These advances marked the
beginning of a new era for the
insurance market, opening the
way for modernization and a
more competitive environment

A Generali foi uma das seguradoras selecionadas pela Susep (Superintendência de Seguros Privados) para operar o seguro de Danos Pessoais Causados por Veículos Automotores de Via Terrestre (DPVAT), implementado em 1975. A

partir dessa nova legislação, o mercado ganhou dinamismo, incluindo iniciativas como o fortalecimento do seguro de vida individual ajustado à correção monetária para mitigar os efeitos da inflação.

Nos anos 1980, o setor começou a se mobilizar contra as amarras regulatórias impostas pelo Estado, culminando na 11ª Conferência Brasileira de Seguros Privados e Capitalização (1981). A partir desse período, a política de desregulação ganhou força, liderada pela Susep e pelo

Conselho Nacional de Seguros Privados (CNSP), trazendo gradualmente mais autonomia e liberdade para as seguradoras.

Esses avanços marcaram o início de uma nova era para o mercado de seguros, promovendo modernização e um ambiente mais competitivo.

Generali was one of the insurance companies selected by Susep (the Private Insurance Regulator) to operate the Insurance for Personal Injury Caused by Motor Vehicles (DPVAT), implemented in 1975. With the implementation of this new legislation, the market gained momentum, involving initiatives such as the strengthening of individual life insurance with monetary adjustment to mitigate the effects of inflation.

In the 1980s, the sector began to take a stand against the regulatory restrictions imposed by the State, culminating in the 11th Brazilian Private Insurance and Capitalization Conference in 1981. From this moment on, the deregulation policy, led by Susep and the National Council for Private Insurance (CNSP), gained momentum, gradually providing the insurance companies with greater autonomy and freedom.

These advances marked the beginning of a new era for the insurance market, opening the way for modernization and a more competitive environment.

ANOS 80

THE 1980s

Em 1982, Claudio Bietolini assumiu a presidência da Generali Brasil. Formado em Economia, Ciência Política e Filosofia na Universidade Católica de Milão, também trabalhou nas Generalis da Venezuela, Peru, Argentina e Espanha entre 1969 e 1999.

A desregulação do mercado de seguros no Brasil foi um processo gradual que flexibilizou o setor, promovendo capitalização das seguradoras e fusões. Sob a liderança de João Regis dos Santos, diretor da Superintendência de Seguros Privados (Susep), foram liberadas tarifas de seguros, implementada correção monetária e incentivada a reciclagem de corretores.

Essas medidas permitiram flexibilização de prêmios, entrada de capital estrangeiro e a quebra progressiva do monopólio do IRB, culminando na década de 1990. A Constituição de 1988 trouxe mudanças estruturais ao mercado segurador, redefinindo o seguro como uma instituição financeira, semelhante a bancos e empresas de previdência privada, e eliminando a necessidade de carta-patente. A autorização para operar passou a depender da capacidade financeira e integridade das seguradoras.

In 1982, Claudio Bietolini took over as president of Generali Brasil. Having graduated in economics, political science, and philosophy from the Catholic University of Milan, he had also worked for Generali in Venezuela, Peru, Argentina and Spain between 1969 and 1999.

The deregulation of the insurance market in Brazil was a gradual process that provided the sector with greater flexibility, encouraging capitalization of the insurance companies and mergers. Under the leadership of João Regis dos Santos, director of the Superintendence of Private Insurance (Susep), insurance rates were waived, monetary adjustment in line with inflation was implemented, and incentives were introduced for the retraining of brokers.

These measures allowed for greater flexibility of premiums, the entry of foreign capital, and the progressive breaking up of the IRB's monopoly, all of which culminated in the 1990s. The 1988 Constitution brought about structural changes for the insurance market, redefining insurance as a financial institution, similar to banks and private pension funds, and eliminating the need for a letters patent. Authorization to operate came to depend upon

Com a desregulação do setor e mudanças econômicas, a seguradora ajustou sua estratégia, atualizando apólices e reestruturando sua operação para fortalecer sua atuação no mercado.

With the deregulation of the sector and economic changes, the insurance company adjusted its strategy, updating policies and restructuring its operations to strengthen its market presence.



Entretanto, a inflação corroeu a eficácia das apólices, causando indenizações insuficientes, queda na confiança do consumidor e retração da demanda. A seguradora sentiu os impactos dessas mudanças, frequentemente formalizadas por legislações posteriores.

Diante desse cenário, a Generali adotou estratégias internas para superar as dificuldades. Uma delas foi a criação de treinamentos para corretores pela sucursal de São Paulo, liderada por Camillo Marina e Raphael Mellis. Mellis também escreveu o *Manual do Vendedor de Seguros*, que padronizou procedimentos e fortaleceu a relação entre corretores e a empresa, promovendo maior distribuição de seus produtos. Essas medidas representavam um esforço para adaptar-se às adversidades e fortalecer sua atuação no mercado.

the financial capacity and good standing of the insurance companies.

Inflation, however, undermined the effectiveness of the policies, causing insufficient indemnifications, a reduction in consumer confidence and a drop in demand. Generali felt the impacts of these changes, which were often formalized by later legislation.

Due to this scenario, the insurance company adopted internal strategies to overcome the difficulties. One of these was the creation of training sessions for brokers, run by the São Paulo branch office, and led by Camillo Marina and Raphael Mellis. Mellis also wrote the *'Manual do Vendedor de Seguros'* ("The Insurance Salesman's Manual"), which standardized procedures and strengthened the relationship between the brokers and the company, bringing about a greater distribution of its products. These measures demonstrated the efforts being made to adapt the company to the adversities it was facing and strengthen its activities in the market.

PLANO CRUZADO

'PLANO CRUZADO'

Durante a implementação dos Planos Cruzado I e II, a seguradora focou na atualização monetária das apólices do ramo Vida para evitar problemas futuros. Nesse período, o Conselho de Administração e os Comitês realizaram uma análise detalhada da estrutura organizacional e do desempenho das sucursais e ramos. As medidas resultaram em melhorias significativas, impulsionadas também por uma política de contenção na aceitação do ramo Auto e na redução das taxas de comissões e agenciamento de Vida em Grupo.

A *Carta de Brasília*, apresentada em 1992 à Federação Nacional das Empresas de Seguros Privados, de Capitalização e de Previdência Complementar Aberta (Fenaseg), defendia a desregulamentação e a abertura do mercado segurador à entrada de empresas estrangeiras, em consonância com princípios liberais. Essa visão foi incorporada ao Plano Diretor do Sistema de Seguros, Capitalização e Previdência Complementar, elaborado pelo presidente do IRB, José Américo Peón de Sá. Apesar do marco representado por esses documentos, a crise política atrasou sua implementação, retomada somente no governo seguinte.

Com a estabilização monetária, o mercado segurador voltou a crescer, e a desregulação avançou gradualmente. Em 1996, o monopólio do resseguro pelo IRB foi encerrado pela Emenda Constitucional nº 13. Em 1997 se transformou em sociedade anônima. Em 1999, a Lei nº 9.932 transferiu à Susep a regulação do resseguro, garantindo às resseguradoras locais 60% das operações de toda e qualquer operação de resseguro que as seguradoras diretas desejassem realizar.

A entrada de empresas estrangeiras começou em 1996, facilitada pela flexibilização da Advocacia-Geral da União (AGU), que autorizou a Interamericana Seguros (AIG) a se dividir em duas empresas, uma delas estrangeira. Isso abriu caminho para mais de 20 novas empresas estrangeiras e diversas fusões entre seguradoras brasileiras e internacionais.

During the implementation of the first and second Cruzado (currency) Plans, the insurance company focused on the adjustment of its Life Insurance policies in line with inflation in order to avoid future problems. During this period, the Board of Directors and the Committees performed a detailed analysis of the organizational structure and performance of the branch offices and segments. These measures resulted in significant improvements, which were also driven by a policy of restraint in the acceptance of the Auto segment and in the reduction of the commission rates and brokering of Life Insurance in the Group.

The 'Brasília Letter', presented to the National Federation of Private Insurance, Capitalization, and Open Private Pension Companies (Fenaseg) in 1992, defended the deregulation and opening up of the insurance market to permit the entry of foreign companies, in line with liberal principles. This perspective was included in the Master Plan for the Insurance, Capitalization and Complementary Pension System, developed by the president of the IRB, José Américo Peón de Sá. Despite the milestone that these documents represented, the political crisis delayed their implementation, meaning they were only addressed once again during the mandate of the following government.

With the stabilization of the currency, the insurance market began to grow once again, and the deregulation slowly moved forward. In 1996, the IRB's monopoly on reinsurance was ended by Constitutional Amendment nº 13. In 1997, it was registered as a joint-stock company. In 1999, Law nº 9.932 transferred the regulation of reinsurance to Susep, guaranteeing local reinsurance companies 60% of the operations of any and all reinsurance operations that the direct insurance companies wished to perform.

Foreign companies began entering the market in 1996, enabled by the more flexible approach adopted by the Federal Attorney General (AGU), which authorized Interamericana Seguros (AIG) to split into two companies, one of which was to be foreign. This opened the door for more than 20 new foreign companies and a number of mergers involving Brazilian and international insurance companies.

O CRESCIMENTO DO BRASIL E DA GENERALI

THE GROWTH OF BRAZIL AND GENERALI



Logotipo Seguro GenMar

Marca visual do Seguro GenMar, voltado para proprietários de embarcações.

Logo of Seguro GenMar

The logo of Seguro GenMar, focused on providing insurance for ship owners.

Os anos seguintes foram de recuperação e alguns esforços foram necessários. Em três anos desde o Plano Collor, entre acertos, contenções, rearranjos e enxugamentos, a Generali reencontra o caminho do crescimento.

Em 1994, a seguradora alcançou destaque com a negociação do seguro multirriscos para a casa de espetáculos Metropolitan, abrangendo desde incêndios até responsabilidade civil e acidentes para compradores de ingressos. A empresa também integrou um consórcio que venceu a licitação para segurar os satélites Brasilsat B1 e B2 da Embratel.

Além disso, a seguradora lançou o produto Gen-Mar, premiado pela Fenaseg na categoria Novos Produtos Pessoa Física, e instituiu o Prêmio Conselho de Administração em 1996, homenageando funcionários destacados com viagens e reconhecimento. Em julho de 1996, uma cerimônia na Assembleia Legislativa celebrou a trajetória da seguradora, contando com homenagens a líderes e presença de autoridades como o embaixador italiano Oliviero Rossi.

Em 1998, a Generali foi escolhida para os seguros Vida e Pós-Vida dos funcionários da Fundação Embratel (Telos).

The subsequent years were focused on recovery and lot of work went into this effort. Over the three years following the Collor Plan, which saw adjustments, containments, rearrangements and streamlining, Generali once again found its way back onto the path towards growth.

In 1994, the insurance company made a name for itself in the negotiation of multi-risk insurance for the Metropolitan concert venue, covering everything from fire to civil liability and accidents suffered by ticket holders. The company also incorporated the consortium which won the tender to insure Embratel's Brasilsat B1 and B2 satellites.

The insurance company also launched the 'Gen-Mar' product, which received an award from Fenaseg in the Private Person New Products category, and created the Board of Directors Award in 1996, rewarding stand-out employees with trips and recognition. In July 1996, a ceremony held at the Legislative Assembly celebrated the insurance company's history, with tributes paid to the leaders in the presence of authorities such as the Italian Ambassador Oliviero Rossi.

In 1998, Generali was chosen to provide the Life and Final Expense insurance for the employees of the Embratel Foundation (Telos).

RESPIRO E CRESCIMENTO DA GENERALI BRASIL

RESPITE AND THE GROWTH OF GENERALI BRASIL

Com a estabilização econômica e o aumento da renda da população nos anos 1990, houve uma evolução significativa no mercado de planos de saúde privados. A Generali Brasil lançou sua primeira rede credenciada no mesmo ano e permaneceu até 1996. Para continuar no segmento de saúde, firmou uma nova parceria com a Mediservice, para a qual transferiu suas operações na área.

Em 1982, a seguradora deu os primeiros passos no produto Previdência Privada, e a experiência cresceu ao longo dos anos. Em 1997, a parceria com o Sudameris, inicialmente focada em operações de *leasing* e atendimento bancário, resultou na criação de uma nova seguradora. Foi fundada, em 14 de julho de 1997, a *joint venture* Sudameris Generali Companhia Nacional de Seguros e Previdência Privada, com capital inicial de R\$ 4 milhões e uma equipe enxuta liderada por Guido Urizio. Os produtos oferecidos eram Seguro de Vida e Previdência Privada.

Nesse período, a Generali também se adaptou aos novos direitos do consumidor, estabelecidos pela Constituição de 1988 e pela Lei nº 8.078/90. Em abril de 1997, foi inaugurada uma Central de Atendimento que rapidamente alcançou 50 mil ligações mensais até agosto, capacitando atendentes para solucionar dúvidas e reclamações. Seis meses

With the economy stabilized and the increase in the public's income in the 1990s, the private health care plan market developed enormously. In 1990, Generali Brasil founded its first authorized health care network, which provided services until 1996. In order to remain in the healthcare segment, the company signed an agreement to transfer its operations in the area to Mediservice.

In 1982, the insurance company took its first steps in the area of Private Pensions, and this business grew with each passing year. In 1997, the partnership with Sudameris, initially focused on leasing operations and banking services, resulted in the founding of a new insurance company. On July 14, 1997, the 'Sudameris Generali Companhia Nacional de Seguros e Previdência Privada' joint venture was founded, with initial capital of R\$ 4 million and a lean team led by Guido Urizio. The products offered were Life Insurance and Private Pensions.

During this period, Generali also adapted itself to the new scenario regarding consumer rights, which had been established by the 1988 Constitution and Law nº 8.078/90. In April 1997, a Service Center was inaugurated, receiving as many as 50,000 calls each month by August, all of which were answered by attendants trained to respond to doubts and complaints. Six months later, the role

A Generali inaugurou a sua Central de Atendimento em 1997 para fortalecer o relacionamento com o consumidor, alinhada à Constituição de 1988 e à Lei nº 8.078/90. O cargo de ombudswoman foi criado nesse período, evoluindo para o setor de Ouvidoria nos anos 2000.

Generali inaugurated its Customer Service Center in 1997 to strengthen customer relations, in line with the 1988 Constitution and Law nº 8,078/90. The position of ombudswoman was created at this time, evolving into the Ombudsman sector in the 2000s.



depois, foi criado o cargo de **ombudswoman**, ocupado por Paula Alexandra Nazareth Gil Ferreira, pioneira no setor. Esse papel evoluiu para o setor de Ouvidoria nos anos 2000.

As comunicações interna e externa foram intensificadas. Além de canais tradicionais como telefone e malote, a empresa lançou publicações voltadas aos funcionários. Em 1997, surgiu a revista mensal *Generali Notícias*, com foco na integração empresa-funcionário e reforçando temas funcionais e institucionais. No ano seguinte foi lançada a “Gente Generali” na mesma perspectiva, mas com enfoque para os funcionários.

of Ombudswoman was created, being occupied by Paula Alexandra Nazareth Gil Ferreira, a pioneer in the sector. This individual role evolved into the **Ombudsman** sector in the 2000s.

The number of both internal and external communication initiatives increased. As well as the traditional channels such as telephone calls and inter-office mail, the company began publishing documents aimed specifically at the employees. 1997 saw the launch of the monthly magazine ‘*Generali Notícias*’, focusing on bringing the company and the employees closer together and strengthening operational and institutional issues. The following year, “*Gente Generali*” was launched, with the same outlook, but focusing more on the employees.

Em abril de 1997, foi inaugurada uma Central de Atendimento que rapidamente alcançou 50 mil ligações mensais até agosto

In April 1997, a Service Center was inaugurated, receiving as many as 50,000 calls each month by August

DIVERSIFICAÇÃO E NOVOS PRODUTOS

DIVERSIFICATION AND NEW PRODUCTS

Em 1997, a empresa passou por uma reestruturação organizacional significativa para se alinhar com as demandas do mercado

In 1997, the company underwent a major organizational restructuring to bring itself into line with the demands of the market

Em 1997, a empresa passou por uma reestruturação organizacional significativa para se alinhar com as demandas do mercado. Foram criados três comitês: o Comitê Estratégico, o Comitê Executivo e o Comitê de Recursos Humanos, além da criação do cargo de diretor-executivo, para nomear profissionais de alta gestão que não constavam no estatuto social da empresa.

Em julho de 1998, a Generali diversificou suas operações, ampliando o alcance e acesso a seus produtos. No dia 1º, a empresa entrou no varejo do ramo Benefícios, com o lançamento do Seguro Vida Individual, anteriormente restrito a vendas para empresas. Voltado para consumidores de 14 a 70 anos, o seguro tinha preço acessível e cobria morte natural ou acidental, invalidez por doença ou acidente, despesas médico-hospitalares e uma opção de cobertura pós-vida. Entre os benefícios adicionais, destacava-se a dispensa de pagamento do prêmio por até 60 meses em caso de invalidez por doença superior a 90 dias.

Em 1999, Federico Baroglio assume a presidência da Generali Brasil, onde permanece por 12 anos. Nascido em Udine, na Itália, em 1986 foi admitido no Departamento de Resseguros da Assicurazioni Generali.

In 1997, the company underwent a major organizational restructuring to bring itself into line with the demands of the market. Three committees were created: the Strategic Committee, the Executive Committee and the Human Resources Committee, as well as the position of Executive-Director, responsible for nominating individuals for senior management positions that were not stipulated in the company's bylaws.

In July 1998, Generali diversified its operations, expanding its reach and its clients' access to the products. On the first day, the company began retail operations in the Benefits Segment, with the launch of its Individual Life Insurance, sales of which had previously been restricted to companies. Focused on consumers aged between 14 and 70, the price of the insurance was extremely attractive, covering natural and accidental death, disability as a result of illness or accident, medical-hospital expenses, and the option to include funeral coverage. Of special note amongst the additional benefits was the waiver of payment of the premium for up to 60 months in the event of disability resulting from an illness lasting longer than 90 days.

In 1999, Federico Baroglio assumed the role of CEO of Generali Brasil, a position which he held for 12 years. Born in Udine, Italy, he joined the company as a member of the Assicurazioni Generali Reinsurance Department in 1986.

No início do milênio, o mercado segurador brasileiro foi mais protegido pelos reguladores, embora a entrada de seguros e resseguros internacionais fosse permitida. As novas resoluções do CNSP (Conselho Nacional de Seguros Privados) estabeleceram regras para os "resseguradores locais". Esses resseguradores, com sede no Brasil e patrimônio mínimo de R\$ 50 milhões, seguiram as mesmas regras dos seguradores diretos. Já os resseguradores admitidos, com sede no exterior, tinham requisitos mais rigorosos, como um patrimônio mínimo de US\$ 82 milhões e uma conta na Susep. Os resseguradores eventuais, também com sede no exterior, enfrentaram restrições adicionais quanto ao repasse de prêmios, com o objetivo de desincentivar a participação de seguradoras estrangeiras.

A desregulação do IRB foi alvo de uma Ação Direta de Inconstitucionalidade (Adin), que buscava suspender a abertura do mercado de resseguro. No entanto, o STF extinguiu a ação em 2004, mantendo a lei que visava privatizar o IRB. Isso impediu a competição de resseguradores eventuais, fortalecendo a posição dos resseguradores admitidos e locais no mercado.

At the beginning of this century, the Brazilian insurance market was highly protected by the regulators, although the entry of international insurance and reinsurance was permitted. The new resolutions passed by the National Council for Private Insurance ('CNSP') established regulations for 'local reinsurers'. These reinsurers, with head offices in Brazil and minimum equity of R\$ 50 million, were required to observe the same regulations as direct insurance companies. The reinsurers that were admitted, with head offices overseas, were required to follow more stringent regulations, such as having equity of at least US\$ 82 million dollars and an account with Susep. All possible reinsurers, also with head offices overseas, faced additional restrictions in relation to the transfer of premiums, designed to discourage the participation of foreign insurance companies.

A Direct Unconstitutionality Action aimed to deregulate the IRB whilst seeking to suspend the opening of the reinsurance market. However, the Federal Supreme Court dismissed the action in 2004, maintaining the law designed to enable privatization of the IRB. This prevented competition from any possible reinsurers, strengthening the position of the local reinsurers admitted in the market.

LEI COMPLEMENTAR E MAIS AVANÇOS

COMPLIMENTARY LAW AND FURTHER ADVANCES

A abertura do mercado de resseguro e a quebra do monopólio do IRB ocorreram com a Lei Complementar nº 126, de janeiro de 2007

The opening of the reinsurance market and the breaking of the monopoly held by the IRB came about with the passing of Complimentary Law nº 126, in January 2007

A abertura do mercado de resseguro e a quebra do monopólio do IRB ocorreram com a Lei Complementar nº 126, de janeiro de 2007. A lei manteve a estrutura das seguradoras e autorizou seguradoras estrangeiras a aceitar resseguro e retrocessão, além de criar a figura jurídica do corretor de resseguro para melhorar a qualificação profissional.

Na virada do milênio, a Generali Brasil tomou a decisão de incorporar a São Marcos Empreendimentos e Participações Ltda., com capital de R\$ 26 milhões, em 27 de janeiro de 2000. A empresa começou a vender imóveis para reduzir despesas, pois os custos com aluguéis não compensavam mais os benefícios. Esse movimento refletiu uma mudança de mentalidade empresarial, priorizando a liquidez em vez de manter ativos como imóveis.

Esse foi o ponto de partida para a racionalização imobiliária e a administrativa que embasaram a reestruturação. Também os imóveis das sucursais passaram a ser vendidos. E tudo isso só foi possível porque o negócio do seguro não dependia mais da presença física em agências, uma vez que a distribuição era feita pelas empresas parceiras. O acesso ao seguro pelas plataformas digitais também foi um fator que auxiliou neste processo.

A venda do Edifício Assicurazioni Generali em São Paulo para a BR Properties, por R\$ 13 milhões, foi o ápice dessa reestruturação. A Generali havia aguardado a revitalização da área, mas, com a migração de empresas para outras regiões, decidiu transferir sua sucursal para a Avenida Engenheiro Luís Carlos Berrini, um local mais valorizado e repleto de empresas de destaque.

The opening of the reinsurance market and the breaking of the monopoly held by the IRB came about with the passing of Complimentary Law nº 126, in January 2007. The law authorized the maintenance of the insurance companies' structure and allowed foreign insurance companies to accept reinsurance and retrocession, whilst also creating the legal entity of reinsurance broker in order to improve professional qualification.

At the turn of the century, on January 27, 2000, Generali Brasil took the decision to acquire São Marcos Empreendimentos e Participações Ltda., with capital of R\$ 26 million reais. The company began selling properties as a means of reducing expenses, since the leasing costs no longer offset the benefits. This move reflected a shift in the corporate mentality, prioritizing liquidity over the maintenance of assets such as properties.

This was the starting point for the real-estate and administrative streamlining that provided the foundation for the restructuring. Another initiative saw the branch office building being sold off. All of this was made possible because the insurance business was no longer dependent upon the physical presence of the agencies since the distribution was now performed by partner companies. The access to insurance by means of digital platforms was another factor that assisted in this process.

The sale of the Assicurazioni Generali Building in São Paulo to BR Properties, for R\$ 13 million, was the high point of this restructuring. Generali had been waiting for a revival in the sector, but, with the migration of companies to other regions, it decided to transfer its branch office to Avenida Engenheiro Luís Carlos Berrini, a district with a higher real-estate value that is home to many well-respected companies.

RAMO AUTOMOTIVO E SEUS DESAFIOS

THE AUTOMOTIVE SECTOR AND ITS CHALLENGES

Desde os anos 1920, o ramo de seguros automotivos enfrentava desafios devido ao alto número de sinistros, como acidentes e furtos de veículos, o que levou à criação da obrigatoriedade do seguro de responsabilidade civil. Ao longo do tempo, a Generali buscou estratégias para minimizar prejuízos e tornar esse produto mais atrativo. Em 2002, a empresa lançou o Simplivita, um seguro de vida em grupo para pequenas e médias empresas, como parte de uma política de negócios mais agressiva.

Tempos depois, a Resolução CNSP 110/2004 (mais tarde complementada pela Circular Susep 280/2013) instituiu a necessidade de ouvidorias nas seguradoras. Consequentemente, a Generali Brasil criou sua ouvidoria em 2005, com Paulo Roberto Santos como o primeiro ouvidor, cargo com funções semelhantes ao de ombudswoman, que já existia na empresa.

Já em 2007, a companhia lançou um plano para aumentar as vendas no ramo Automotivo, criando o Comitê Permanente da Carteira de Automóvel, que envolvia as áreas Técnica-Auto, Sinistro e Atuarial. O plano incluía canais de atendimento para sinistros, assistência 24 horas e a oferta gratuita de rastreador antifurto LoJack na comercialização do seguro, com condições específicas de instalação. O presidente da Generali, Federico Baroglio, foi premiado pelo bom desempenho em riscos empresariais em 2007 e 2009.

A transformação digital também foi uma prioridade. Em 2009, o serviço de auxílio aos corretores passou a se chamar Generali Express, permitindo o acompanhamento de sinistros em tempo real. A fidelização dos corretores foi reforçada com campanhas de incentivo, como a Benvenuto Italia, que oferecia viagens aos melhores corretores.

Since the 1920s, the automotive insurance sector has faced challenges due to the high number of claims, such as vehicle accidents and thefts, which led to the establishment of mandatory civil liability insurance. Over time, Generali sought strategies to minimize losses and make this product more appealing. In 2002, the company launched 'Simplivita,' a group life insurance designed for small and medium-sized businesses as part of a more aggressive business strategy.

Later on, CNSP Resolution 110/2004 (subsequently complemented by Susep Circular 280/2013) established the need for insurance companies to have ombudsman services. As a result, Generali Brasil created its ombudsman in 2005, with Paulo Roberto Santos as the first to occupy the position, performing functions similar to those carried out by the role of ombudswoman, which already existed within the company.

By 2007, the company launched a plan aimed at increasing sales in the automotive sector, creating the Permanent Automobile Portfolio Committee, which involved the Technical-Auto, Claims, and Actuarial departments. The plan included claims service channels, 24-hour assistance, and the free offer of a LoJack anti-theft tracker with the purchase of insurance, under specific installation conditions. Generali's president, Federico Baroglio, was recognized for the company's outstanding performance in corporate risks in both 2007 and 2009.

Digital transformation was also a priority. In 2009, the support service for brokers was rebranded as Generali Express, allowing real-time monitoring of claims. Broker loyalty was further strengthened through incentive campaigns such as 'Benvenuto Italia', which awarded trips to the top-performing brokers.



Logo do Seguro de Automóvel Generali

Marca visual do Seguro de Automóvel Generali, com cobertura e serviços personalizados para veículos de passeio, nacionais e importados.

Logo of Generali's Motor Insurance

The logo of Generali's Motor Insurance, providing cover and personalized services for domestic and imported passenger vehicles.

REORGANIZAÇÃO E INTEGRIDADE

REORGANIZATION AND INTEGRITY

Em resposta às enchentes em Santa Catarina, em novembro de 2008, a Generali implementou um auxílio emergencial, reforçando sua equipe e criando um pátio em Blumenau para armazenar veículos danificados e regular os sinistros. Além

Em 2009, a companhia desenvolveu um sistema de *compliance* e controle de riscos, apresentando em dezembro o Sistema de Controle Interno

In 2009, the company developed a compliance and risk control system, and in December it unveiled the Internal Control System

disso, prorrogou o prazo de vencimento das parcelas de seguros de automóveis para os clientes afetados.

Em 2008, a empresa também realizou uma análise interna da estrutura organizacional e dos produtos de seguros, visando a um planejamento estratégico mais alinhado com o mercado.

No ano seguinte, a Generali avançou em sua reestruturação para

proteger a integridade da empresa contra riscos e desvios que poderiam afetar sua imagem e função social. Em 2009, a companhia desenvolveu um sistema de *compliance* e controle de riscos, apresentando em dezembro o Sistema de Controle Interno, o Comitê de Controle Interno (reportando-se diretamente ao diretor-presidente) e o Comitê de Investimentos. Também foram criados a Comissão de Ética e o Comitê de Risco, com regulamentações específicas, como as Políticas de Segurança da Informação e o Estatuto de Auditoria da Companhia.

In response to the floods in Santa Catarina in November 2008, Generali implemented an emergency support system, adding to its team and creating a space in Blumenau to store damaged vehicles and organize the claims. The company also extended the deadlines for payment of the motor insurance installments for all the clients who had been affected.

In 2008, the company also undertook an internal analysis of the organizational structure and the insurance products, with the aim of planning its operations more strategically in line with the market's needs.

The following year, Generali moved forward with its restructuring to protect the company's integrity against any risks and irregularities that could affect its image or social function. In 2009, the company developed a compliance and risk control system, and in December it unveiled the Internal Control System, the Internal Control Committee (reporting directly to the CEO) and the Investments Committee. The Ethics Commission and the Risk Committee were also created, which were to follow specific regulations, such as the Information Security Policies and the Company's Auditing Statute.

A RESILIÊNCIA PARA CRIAR NOVOS CAMINHOS

THE RESILIENCE TO FORGE NEW PATHS

Em 2011, a Generali retomou esforços coletivos para revisar seus processos e desempenho, criando comitês específicos para analisar problemas e elaborar planos de ação. O resultado foi o Plano de Contingência de 2011, com ações focadas no aumento tecnológico das operações e expansão da empresa nas principais capitais e interior do país. Sob a liderança de Claudio Mele, sucessor de Federico Baroglio, a Generali investiu na qualificação dos serviços e na melhoria das plataformas operacionais.

Em 2013, sob o comando do executivo português José Ribeiro, a Generali inaugurou diversas unidades do Generali Atendimento ao Corretor (Genac) em várias cidades, com o objetivo de fidelizar os corretores e impulsionar seu crescimento no mercado. Nesse mesmo ano, a empresa começou a oferecer apólices para o mercado de arte, com reavaliação anual dos valores das obras e ajustes conforme sinistros.

No ano seguinte, 2014, o executivo Hyng Mo Sung assumiu a presidência. A partir de 2015, novas regras de solvência para as seguradoras foram implementadas, com foco na regulação baseada em riscos. As empresas precisavam avaliar os riscos aos quais estavam expostas e se aprimorar para garantir uma boa avaliação no mercado.

Em 2016, a Generali Brasil iniciou uma nova fase com a venda de seguros massificados,

In 2011, Generali renewed its collective efforts to review its processes and performance, creating specific committees to analyze problems and develop action plans. The result was the 2011 Contingency Plan, with actions focused on the technological improvement of the operations and expansion of the company in the most important state capitals and the interior of the country. Under the leadership of Claudio Mele, the successor to Federico Baroglio, Generali invested in the certification of services and improvement of the operational platforms.

In 2013, under the leadership of Portuguese executive José Ribeiro, Generali inaugurated several Generali Broker Service Centers (Genac) in various cities, aiming to build broker loyalty and drive its growth in the market. That same year, the company began offering policies for the art market, with annual revaluation of artwork values and adjustments based on claims.

The following year, in 2014, executive Hyng Mo Sung took over as president. Starting in 2015, new solvency rules for insurance companies were implemented, focusing on risk-based regulation. Companies needed to assess the risks they were exposed to and improve to ensure a good evaluation in the market.

In 2016, Generali Brasil embarked on a new phase with the sale of mass insurance, standing out

A empresa também passou a priorizar os seguros de vida em grupo, de grandes riscos corporativos e canais de distribuição massificados, reduzindo a presença física e simplificando seus processos

The company also began prioritizing group life insurance, large-scale corporate risks, and mass distribution channels, reducing its physical presence and simplifying its processes

destacando-se por parcerias estratégicas. No mesmo ano, o executivo Andrea Crisanaz assumiu a presidência da Generali Brasil.

Apesar das crises econômicas e da inflação ao longo dos anos seguintes, o mercado segurador manteve-se resiliente, embora produtos de risco em automóveis e transportes tenham sofrido perdas. O seguro de automóvel perdeu relevância nas receitas

das seguradoras e do Estado e, em 2020, o Consórcio do Seguro DPVAT foi dissolvido.

Nos anos seguintes, a seguradora firmou contratos com empresas de telecomunicações para comercialização de seguros de celulares, com o Banco BMG para seguros massificados voltados a aposentados e servidores públicos, e com bancos e redes varejistas para oferecer proteção aos seus clientes. Com o crescimento dos massificados, a Generali reposicionou sua estratégia e deixou de operar com

seguros de automóveis. A empresa também passou a priorizar os seguros de vida em grupo, de grandes riscos corporativos e canais de distribuição massificados, reduzindo a presença física e simplificando seus processos, permanecendo com escritórios no Rio de Janeiro (Matriz) e em São Paulo.

through strategic partnerships. In the same year, executive Andrea Crisanaz took over as president of Generali Brasil.

Despite economic crises and inflation in the following years, the insurance market remained resilient, although risk products in the automotive and transportation sectors suffered losses. Motor insurance lost relevance in the revenues of insurance companies and the government, and in 2020, the DPVAT Insurance Consortium was dissolved.

Over the course of the following years, the insurance company signed agreements with telecommunications companies to sell cell phone insurance, with Banco BMG for mass channels involving retirees and public employees, and with banks and retail chains to offer protection to their customers. With the expansion of the mass channels, Generali repositioned its strategy and ceased its operations with motor insurance. The company also began prioritizing group life insurance, large-scale corporate risks, and mass distribution channels, reducing its physical presence and simplifying its processes, but continuing to operate offices in Rio de Janeiro (head office) and São Paulo.

**Multidão durante a
pandemia de Covid-19**

A pandemia de Covid-19, que teve início em 2020, mudou os hábitos da população mundial.

Public during the Covid pandemic

The Covid pandemic, which began in 2020, changed people's habits worldwide.



DAS MÁQUINAS DE ESCREVER
À AUTOMAÇÃO TOTALMENTE
INTEGRADA: A JORNADA
DA GENERALI POR MEIO DOS
AVANÇOS TECNOLÓGICOS
FROM TYPEWRITERS TO FULLY
INTEGRATED AUTOMATION:
GENERALI'S JOURNEY THROUGH
ADVANCES IN TECHNOLOGY

A JORNADA DA GENERALI POR MEIO DA TECNOLOGIA

GENERALI'S JOURNEY THROUGH TECHNOLOGY

A trajetória da Generali por meio dos avanços tecnológicos reflete sua constante adaptação e inovação diante de um mundo em rápida transformação. Desde os livros contábeis manuais até sistemas sofisticados de automação integrada, a Generali abraçou a tecnologia para aprimorar suas operações, melhorar o atendimento ao cliente e consolidar sua posição como uma das principais seguradoras globais.

No caso da Generali, é importante destacar que, no mercado segurador, as questões digitais se tornaram tão integradas que todos os processos relacionados aos seguros estão agora vinculados a elas. A era da predominância do papel, da burocracia dos documentos físicos e dos processos analógicos na organização da empresa, na produção e distribuição de seguros, ficou para trás.

Generali's development through advances in technology reflects its constant adaptation and innovation in the face of a world undergoing rapid transformation. Evolving from manual accounting books through to sophisticated integrated automation systems, Generali has always embraced technology to improve its operations and customer services with the intention of consolidating its position as one of the world's leading insurance companies.

It is important to stress that, in the insurance market, digital issues have become such an integral part of the business that all of Generali's processes related to insurance are now closely bound to them. The time when paper was king and bureaucracy involving physical documents and analogue processes was at the heart of the organization of the company and its production and distribution of insurance, has become a thing of the past.



DA ESQUERDA PARA A DIREITA
FROM LEFT TO RIGHT

Máquina de escrever Remington

Fotografia de uma máquina de escrever *vin-
tage*, destacando detalhes de suas teclas.

Remington typewriter

Photograph of a vintage typewriter, showing
the keys in detail.

Compaq Deskpro 386 (16 MHz)

Fora do mercado há décadas, o icônico
modelo da fabricante estadunidense marcou
a evolução da computação pessoal,
nos anos 1980.

Compaq Deskpro 386 (16 MHz)

Withdrawn from sale decades ago, this iconic
model, manufactured by the US company
Compaq, marked the beginning of the evolu-
tion of personal computing in the 1980s.

OS PRIMEIROS DIAS: CONTABILIDADE MANUAL E ARQUIVOS EM PAPEL

THE EARLY DAYS: MANUAL ACCOUNTING AND PAPER FILES

Nos primórdios da indústria de seguros, a contabilidade e o registro de informações eram processos predominantemente manuais. Isso envolvia uma escrita meticulosa em grandes livros contábeis para documentar os detalhes das apólices e transações. A introdução das máquinas de escrever representou um avanço significativo, permitindo a criação de documentos mais rápidos e legíveis. No entanto, também trouxe novos desafios, como a gestão do crescente volume de documentos em papel.

During the early days of the insurance industry, accounting procedures and the recording of information were mostly performed manually. This involved meticulous manual entries in enormous accounting books as a means of documenting the details of policies and transactions. The introduction of typewriters was an enormous step forward, allowing documents to be created much more quickly and legibly. However, it also brought with it new challenges, such as the management of the growing volume of paper documents.

O SURGIMENTO DA MECANIZAÇÃO: ADOÇÃO DA COMPUTAÇÃO INICIAL

THE RISE OF MECHANIZATION: ADOPTION OF EARLY COMPUTERS

Com o progresso da tecnologia, a indústria de seguros começou a migrar de processos manuais para a "mecanização". A Generali participou deste processo de transição adotando maquinário como o Honeywell 61/18 em 1978, um computador na época classificado como mainframe, ou de grande porte. Esse foi um passo crucial rumo à automação, simplificando tarefas administrativas e contábeis.

With the advance of technology, the insurance industry began to move away from manual processes towards 'mechanization'. Generali took part in this transition process, adopting machinery such as the Honeywell 61/18 in 1978. At the time this computer was considered to be a large, mainframe model. This was a crucial step in the move towards automation since it simplified administrative and accounting tasks enormously.

ENTRANDO NA ERA DIGITAL: COMPUTADORES, INTERNET E MUITO MAIS

ENTERING THE DIGITAL AGE: COMPUTERS, INTERNET AND MUCH MORE

O fim do século XX trouxe a revolução digital, transformando a indústria de seguros com o surgimento dos computadores e da internet. A Generali participou ativamente dessa transformação, reforçando o investimento em sistemas computacionais para automatizar ainda mais os processos e aumentar a eficiência.

Automação no Atendimento:

O foco da Generali foi além das operações internas, reconhecendo a necessidade crescente de se conectar com clientes *online*. No início dos anos 2000, a empresa lançou seu *site*, proporcionando acesso prático a informações e serviços.

The end of the 20th century the digital revolution transformed the insurance industry with the rise of computers and the appearance of the internet. Generali participated actively in this transformation, strengthening its investment in computer systems to automate the processes and increase efficiency even more.

Automation in Customer Services:

Generali's focus went beyond the internal operations, since the company recognized the growing need to connect with clients online. At the beginning of the 21st century, the company launched its website, providing practical access to information and services.

**No início dos anos 2000,
a empresa lançou seu
site, proporcionando
acesso prático a
informações e serviços**

At the beginning of the
21st century, the company
launched its website,
providing practical access
to information and services

AUTOMAÇÃO TOTALMENTE INTEGRADA: MOLDANDO O FUTURO DA GENERALI

TOTALLY INTEGRATED AUTOMATION: MOLDING GENERALI'S FUTURE

Em 2023, a Generali iniciou uma grande reestruturação interna ao iniciar a implementação do sistema **Totally Integrated Automation (TIA)**. O TIA foi escolhido pelo Grupo Generali para implantação em vários países, tornando-se o principal sistema de negócios para seguros de vida e de massificados, substituindo gradualmente os diversos sistemas internos utilizados anteriormente.

O TIA é uma plataforma unificada que integra diversos segmentos da companhia, permitindo à Generali ganhar eficiência na gestão de dados, otimizar recursos, reduzir tempo e avançar na digitalização completa de processos.

In 2023, Generali began a large-scale restructuring of its internal systems, with implementation of the **Totally Integrated Automation (TIA)** system. The Generali Group decided to implement the TIA system in a number of countries, making it the leading business system for life and mass channels, and gradually replacing the different internal systems that had been used previously.

The 'TIA' is a single platform that integrates the different segments of the company, allowing Generali to achieve greater data management efficiency, optimize resources, save time, and move closer to full digitization of the processes.

O Totally Integrated Automation (TIA), adotado pela Generali, tornou-se o principal sistema de negócios para seguros de vida e de massificados. A plataforma unificada, que integra todos os processos, é sinônimo de eficiência e otimização de recursos. Totally Integrated Automation (TIA), since being adopted by Generali, has become the main system for conducting the life and mass channel insurance businesses. The single platform, which integrates all the processes, is synonymous with efficiency and the optimization of resources.



ADAPTAÇÃO ÀS NECESSIDADES EM EVOLUÇÃO: FOCO EM MERCADOS DE NICHOS

ADAPTING TO EVOLVING NEEDS: FOCUSING ON NICHE MARKETS

A Generali sempre demonstrou sua capacidade de se adaptar às mudanças nas necessidades dos clientes, concentrando-se em mercados especializados.

Exemplos:

Seguro para Produções Audiovisuais: Reconhecendo a retomada da produção audiovisual brasileira nos anos 2000, a Generali firmou parcerias com empresas do setor, oferecendo seguros abrangentes para seus projetos. Isso incluía coberturas desde a pré-produção até a pós-produção, protegendo equipamentos, cenários, figurinos, veículos, propriedades de terceiros e responsabilidades civis.

Seguro de Obras de Arte: A Generali também entrou no mercado de seguros para arte, com apólices ajustadas às necessidades únicas de colecionadores e instituições. Ciente das variações no valor de mercado das obras, a empresa implementou reavaliações e ajustes anuais de apólices com base no histórico de sinistros. Ambos os seguros já não fazem mais parte do catálogo da Generali.

Generali has always shown its ability to adapt to its clients' shifting needs, focusing on specialist markets.

Exemplos:

Insurance for Audiovisual Productions:

Noting the revival of the Brazilian audiovisual production industry in the 2000s, Generali established partnerships with numerous companies in the sector, offering comprehensive insurance for their projects. This included cover for activities from pre-production through to post-production, protecting equipment, scenery, costumes, vehicles, third party properties and civil liability.

Insurance for Works of Art: Generali also moved into the art insurance market, with policies created for the specific needs of collectors and institutions. Aware of the variations in the market value of the pieces, the company implemented reevaluations and annual policy adjustments based upon the claims history. Both of these forms of insurance have now been removed from the Generali catalog.



Cartaz de À Deriva (2009)

O filme, dirigido por Heitor Dhalia, é uma das produções asseguradas pela Generali, destacando a contribuição da companhia ao setor cultural.

Poster for À Deriva (2009)

This film, directed by Heitor Dhalia, is just one of the productions insured by Generali, highlighting the company's contribution to the cultural sector.

ASSEGURANDO O FUTURO: OS PRODUTOS E SERVIÇOS DA GENERALI AO LONGO DOS ANOS

ENSURING THE FUTURE: GENERALI'S PRODUCTS AND SERVICES OVER THE YEARS

DA ESQUERDA PARA A DIREITA
FROM LEFT TO RIGHT

Logo do Seguro Saúde Generali

Marca visual do Seguro Saúde Generali, voltado à gestão de recursos humanos.

Generali Health Insurance logo

Logo for Generali Health Insurance, focused on the management of human resources.

Logo do Seguro Empresa Generali

Marca visual do Seguro Empresa Generali, com objetivo de proteger o patrimônio e a competitividade de negócios comerciais, industriais e consultórios.

Generali Company Insurance logo

Logo of Generali Company Insurance, aimed at protecting the equity and competitiveness of commercial, industrial and consultancy businesses.

Logo do Seguro Residência Generali

Marca visual do Seguro Residência Generali, que contava com assistência 24 horas para os segurados.

Generali Residential Insurance logo

Logo of Generali Residential Insurance, which included 24/7 assistance for the insured parties.

Logo do Seguro Vida Generali

Marca visual do Seguro Vida Generali destinado a funcionários e associados.

Generali Life Insurance logo

Logo of Generali Life Insurance aimed at employees and associates.

Produtos da Generali no Brasil ao longo de 100 anos

Nos primeiros anos, o foco da Generali no Brasil era o seguro de transporte marítimo e ferroviário, atendendo a empresas envolvidas no transporte de grandes capitais. Esses seguros eram especialmente relevantes em um país em desenvolvimento, onde o transporte de mercadorias desempenhava um papel vital no crescimento econômico. Ao longo dos anos, a Generali foi se adaptando às demandas do mercado brasileiro, oferecendo produtos diversificados e ajustando seu portfólio.

Produtos que já foram oferecidos pela Generali:

- **Seguro de Transporte Marítimo e Ferroviário:** Um dos principais produtos oferecidos nos anos 1920, voltado para empresas envolvidas no comércio exportador predominante da época.
- **Seguro contra Incêndios:** Produto popular no começo da Generali no Brasil, refletindo a transição de uma sociedade rural para uma urbana.
- **Seguro contra Furto e Seguro de Responsabilidade Civil:** Anunciados pela Generali nos anos 1920.
- **Seguro de Acidentes Pessoais:** A Generali incentivava as pessoas a contratarem esse seguro para mitigar as consequências econômicas de acidentes nas cidades em rápido crescimento.
- **Seguro de Vida Individual:** Ao longo de sua história, a Generali ofereceu diversos produtos de seguro de vida, adaptando-os às mudanças do mercado e da regulamentação.
- **Seguro Multirriscos:** Introduzido nos anos 1980, o "Comtrato" foi o primeiro contrato multirriscos da Generali voltado para pequenos negócios. Inclui seguro multirrisco para residências e habitat.

Generali's Products over the course of 100 years

During its first few years in business, Generali in Brazil focused on maritime and railroad services, providing insurance for companies involved in the transportation of large amounts of capital. These types of insurance were especially important in a country undergoing development, where the transportation of commodities performed a vital role in the growth of the economy. Over the years, Generali adapted itself to the demands of the Brazilian market, offering a wide range of products and tailoring its portfolio.

Products that were offered by Generali:

- **Maritime and Railroad Transportation Insurance:** One of the main products in the 1920s, offered to companies involved in the export business that dominated the era.
- **Insurance against Fire:** A very popular product during Generali's early days, reflecting the transition from a rural to an urban society.
- **Insurance against Theft and Civil Liability:** Introduced by Generali in the 1920s.
- **Personal Accident Insurance:** Generali encouraged people to take out this form of insurance to mitigate the economic consequences of accidents in fast-growing cities.
- **Individual Life Insurance:** Over the years, Generali has offered a range of different life insurance products, adapting them to changes in the market and in regulation.
- **Multi-risk Insurance:** Introduced in the 1980s, the "Comtrato" was Generali's first multi-risk agreement aimed at small businesses. It includes multi-risk insurance for residences and other living spaces.
- **Home Insurance:** Generali offered home insurance until the decision was taken to discontinue the product in 2020, in order to focus on other products.

- **Seguro Residencial:** A Generali ofereceu seguro residencial até decidir descontinuar-lo em 2020, para focar em outros produtos.
- **Seguro de Obras de Arte:** Em 1990, foi introduzido um seguro multiriscos para obras de arte, em parceria com a Associação Brasileira de Antiquários.
- **Seguro de Saúde:** A Generali atuou brevemente no mercado de seguro-saúde nos anos 1990, em parceria com prestadores de serviços médicos, mas posteriormente saiu do setor.
- **Previdência Privada:** Com base em sua experiência no setor desde 1982, a Generali expandiu suas ofertas e colaborou com bancos como canais de distribuição.
- **Seguro para Grandes Empresas:** A Generali manteve sua tradição de assegurar grandes companhias, participando, por exemplo, de um *pool* de seguradoras para a Petrobras em 1998.
- **Seguro de Automóveis:** A empresa continuou com uma linha de produtos significativa, oferecendo diferentes planos e estratégias para gerenciar riscos e aumentar as vendas.
- **Insurance for Works of Art:** In 1990, a multi-risk insurance policy was introduced for works of art, in partnership with the Brazilian Association of Antique Dealers.
- **Health Insurance:** Generali was briefly involved in the health insurance market in the 1990s, in partnership with medical service providers, but later left the sector.
- **Private Pensions:** Based upon its experience in the sector in 1982, Generali expanded its offers and joined forces with banks operating as distribution channels.
- **Insurance for Large Companies:** Generali continued with its tradition of insuring large companies, participating, for example, in a pool of insurance companies insuring Petrobras in 1998.
- **Motor Insurance:** The company maintained a significant product line, offering different plans and strategies to manage risks and increase sales.



Produtos oferecidos atualmente pela Generali Brasil:

Para pessoas:

- **Assistência-Medicamentos:** As apólices de seguros massificados e microsseguros contam com a cobertura gratuita de medicamentos genéricos, em caso de prescrição médica no pronto-socorro ou internação hospitalar, decorrente de passagem em pronto-socorro.
- **Proteção Financeira:** Tem por objetivo garantir a quitação de uma dívida em casos de morte, invalidez, desemprego involuntário ou incapacidade para exercer funções.
- **Seguro-Viagem:** É um serviço que presta suporte ao viajante durante ou depois de sua viagem, em caso de imprevistos.
- **Seguro de Vida em Grupo:** Visa garantir uma proteção financeira em caso de alguma eventualidade que possa afetar negativamente as finanças de uma pessoa e de sua família. Inclui as coberturas de **Acidentes Pessoais, Assistência Funeral e Diárias de Internação Hospitalar**.

Seguros para bens:

- **Bolsa Protegida:** Cobre os valores de itens pessoais roubados ou furtados, como carteira, óculos de sol ou de grau, cosméticos, perfume e chaves.
- **Garantia Estendida:** Atendimento imediato junto à assistência técnica para resolver qualquer imprevisto.
- **Seguro-Bike:** É possível contratar coberturas que vão desde roubo ou furto qualificado, quebra accidental, danos materiais e até responsabilidade civil.

Products currently offered by Generali Brasil:

For people:

- **Pharmaceuticals Assistance:** The mass channel and micro insurance policies include free cover for generic medicines, in the case of medical prescriptions provided by emergency rooms or when hospital stays are required following emergency treatment.
- **Financial Protection:** This aims to make sure that debts can be paid in the event of death, disability, involuntary unemployment or the inability to exercise bodily functions.
- **Travel Insurance:** This is a service that provides support during or after a trip, for travelers who have suffered unexpected events.
- **Group Life Insurance:** This aims to ensure financial protection if something takes place that could negatively affect someone's finances or those of their family. It includes **Personal Accidents, Funeral Assistance and Overnight Hospital Stays**.

Insurance for Commodities:

- **Protected Bag:** This covers the value of stolen personal items, such as wallets, sunglasses or prescription glasses, cosmetics, perfume and keys.
- **Extended Warranty:** Immediate assistance provided together with technical support to resolve any form of unforeseen event.
- **Bike Insurance:** Cover can be contracted ranging from aggravated theft to accidental breakage, material damage or civil liability.
- **Insurance for Cell Phones and Mobile Devices:** This guarantees the replacement

- **Seguro para Celular e Portáteis:** Garante a reposição do aparelho em casos de roubo ou furto qualificado e a assistência em caso de quebra accidental, danos líquidos e oxidação.
- **Residencial:** Protege sua casa e garante uma indenização em caso de prejuízos decorrentes de incêndio, queda de raio e explosão, roubo e furto qualificado, despesa de aluguel e até mesmo contra vendaval.
- **Perda e Roubo de Cartão:** Oferece uma indenização caso o cliente perca ou tenha seu cartão de crédito roubado ou seja forçado, em assalto, a sacar o dinheiro de sua conta.
- **Monitoramento de veículo por rastreador:** Um dos produtos mais tecnológicos e eficientes do mercado, com altíssimos índices de recuperação de automóveis.

Para empresas:

- **Riscos Patrimoniais:** Oferece soluções e coberturas para proteção de bens patrimoniais a grandes empresas da indústria, comércio e serviços.
- **Responsabilidade Civil:** Produto voltado para riscos crescentes em empresas, como novas tecnologias, regulamentos locais, acidentes, lesões no local de trabalho, recall de produtos, Internet das Coisas (IoT), riscos emergentes, mudanças geopolíticas e transformação macroeconômica, entre outros.
- **Riscos de Engenharia:** Proteção do andamento de grandes obras comerciais ou civis por construtoras, empreiteiras, incorporadoras etc. Com o produto, empresas podem contar com seguros desde a construção da infraestrutura até a quebra de máquinas.

of devices following aggravated theft and support in the event of accidental breakage, damage from liquids and oxidation.

- **Home Insurance:** Protection for a house, guaranteeing indemnification in the event of damages arising from fire, lightning, explosions, burglary or aggravated theft, leasing expenses and even storm damage.
- **Credit Card Loss and Theft:** Indemnification should a client lose or have their credit card stolen, or if they are forced, as part of a mugging, to withdraw money from their account.
- **Location tracking of vehicles:** One of the most technologically advanced and efficient products functioning in the market, with extremely high rates of automobile recovery.

For companies:

- **Equity Risks:** Solutions and cover for the protection of assets for large companies operating in industry, trade or services.
- **Civil Liability:** A product focused on the risks that companies are increasingly facing, such as those involving modern technologies, local regulation, accidents, injuries in the workplace, product recall, the Internet of Things (IoT), emerging risks, geopolitical changes, and macroeconomic transformation, to name but a few.
- **Engineering Risks:** Protection during the development of large commercial or civil projects by construction companies, contractors, property developers, etc. With this product, companies can count upon insurance ranging from construction of the infrastructure itself to machinery breakages.

**O COMPROMISSO DA GENERALI
COM A SUSTENTABILIDADE E
RESPONSABILIDADE SOCIAL:
CONSTRUINDO UM FUTURO
BRILHANTE PARA TODOS**
**GENERALI'S COMMITMENT TO
SUSTAINABILITY AND SOCIAL
RESPONSIBILITY: BUILDING A
BRIGHTER FUTURE FOR ALL**

A Generali Brasil foi eleita, por três anos consecutivos, uma das 20 empresas mais inovadoras do país pela MIT Technology Review Brasil

Generali Brasil was elected, for 3 consecutive years, one of the 20 most innovative companies in the country by MIT Technology Review Brasil

A GENERALI TAMBÉM DEMONSTRA A SUA preocupação com os fatores ASG (ambiental, social e governança) e assumiu o compromisso de ser uma investidora, uma seguradora, uma empregadora e uma empresa responsável perante a comunidade. O Grupo Generali estabelece metas e assume compromissos globais que reforçam seus objetivos. São eles:

- **Redução do *Equal Pay Gap*** por meio de medidas para reduzir/eliminar diferenças salariais entre homens e mulheres.
- **Aumento do número de mulheres em posição de liderança**, buscando a presença feminina em cargos estratégicos.
- **Fomento à Diversidade & Inclusão**, por meio de grupos de discussão e ações afirmativas que buscam um ambiente de trabalho igualitário a todos os colaboradores.
- **Redução do número de pessoas que não possuem seguro**. A Generali tem a missão de ofertar produtos customizados a preços acessíveis, garantindo o acesso ao seguro de todas as camadas da população.
- **Treinamento dos colaboradores em questões ambientais** e para garantir o desenvolvimento de novas habilidades visando à adaptação ao novo modelo do mercado de trabalho.

GENERALI HAS ALSO DEMONSTRATED ITS concern with regard to ESG (environmental, social and governance) issues by having made a commitment to being a responsible investor, insurance company and employer, as well as an attentive, community-minded company. The Generali Group has established targets and assumed global commitments that strengthen its objectives. These include:

- **Reduction of the Equal Pay Gap** by means of measures designed to reduce/eliminate salary differences between men and women.
- **Increase in the number of women in leadership positions**, promoting female presence in strategic roles.
- **Promotion of Diversity & Inclusion**, by means of the creation of discussion groups and affirmative actions that seek to ensure an equitable working environment for all the employees.
- **A reduction in the number of people without insurance**. Generali aims to offer customized products at accessible prices, ensuring access to insurance for all segments of society.
- **Training for employees on environmental issues** as well as to ensure the development of new skills with the aim of helping them adapt to the new structure of the work market.



Prêmio Innovative Workplaces 2022

Certificado do prêmio *Innovative Workplaces*, da *MIT Technology Review Brasil*, que reconhece as melhores práticas de inovação no mercado.

Innovative Workplaces Award 2022

The Innovative Workplaces Award certificate, presented by the MIT Technology Review Brasil, recognizes the best innovative practices in the market.

- **Transição para Carbono Zero.** A Generali é signatária da aliança Net Zero Insurance Alliance (NZIA), juntamente com outras seguradoras para o compromisso de um futuro carbono zero, e se compromete a neutralizar suas emissões de carbono até 2050. Nesse sentido, o Grupo reforça seu compromisso climático com a meta de tornar sua carteira de investimentos e produtos neutra em carbono até 2050. Como meta intermediária, pretende reduzir em 25% as emissões de carbono de sua carteira corporativa nos próximos cinco anos.
- **Apoio à transição climática e garantia de proteção a desastres climáticos** para pessoas e empresas por meio de seus produtos.
- **Divisão do seu conhecimento com seus parceiros, clientes e prestadores de serviços**, garantindo educação e suporte para possíveis catástrofes climáticas e alterações demográficas.
- **Compromisso em Investimentos Sustentáveis**, reconhecendo a importância das finanças sustentáveis para enfrentar as mudanças climáticas e promover a responsabilidade ambiental. A Generali Brasil fez seu primeiro investimento em uma carteira 100% sustentável em 2024.
- **Transition to Carbon Zero.** Together with other insurance companies, the Generali Group is a signatory of the Net Zero Insurance Alliance (NZIA), demonstrating its commitment to a carbon-free future and to neutralizing its carbon emissions by 2050. Also in this area, the Group has strengthened its commitment to the climate by establishing the target of making its investment and product portfolio carbon neutral by 2050. As an interim target, the company intends to reduce the carbon emissions within its corporate portfolio by 25% in the next five years.
- **Support for climate transition and assurance of protection against climate disasters** for individuals and businesses through its products.
- **Sharing its knowledge with its partners, clients, and service providers**, ensuring education and support in the event of possible climate disasters and demographic shifts.
- **Commitment to Green Investments in recognition of the importance of sustainable funding** as a means of tackling climate change and promoting environmental responsibility. Generali Brasil made its first investment in a 100% sustainable portfolios in 2004.

A Generali Brasil possui os objetivos de sustentabilidade alinhados aos do Grupo Generali

Generali Brasil's sustainability goals are aligned with those of the Generali Group

- **Desenvolvimento de Produtos ASG.** Apólices de seguro que incentivam práticas sustentáveis, como descontos para residências ou empresas ecológicas, cobertura para instalações de energia renovável ou produtos voltados para mitigação de riscos climáticos.
- **Adoção, em 2004, de um Código de Ética que incorporou princípios de sustentabilidade.** Esse compromisso refletiu o reconhecimento crescente da interconexão entre práticas empresariais, responsabilidade social e sustentabilidade ambiental, impulsionando a Generali a integrar considerações ESG em suas operações e decisões de investimento.
- **Apoio a ações sociais,** por meio de doações ou pelo engajamento de seus colaboradores.
- **Relação com fornecedores:** a empresa está comprometida em aprimorar sua relação com fornecedores, visando estabelecer processos que permitam parcerias exclusivamente com empresas alinhadas às questões ASG. Essa iniciativa reflete o compromisso da empresa com práticas sustentáveis em toda a sua cadeia de suprimentos.
- **Development of ESG Products.** Insurance policies that encourage sustainable practices, such as discounts for ecological homes or companies, cover for renewable energy installations or products designed to mitigate climate risks.
- **Adoption of a Code of Ethics, in 2004, that included sustainability principles.** This commitment reflected the growing recognition of the connection between corporate practices, social responsibility and environmental liability, leading Generali to include ESG considerations in its operations and investment decisions.
- **Support for social actions,** by means of donations and engagement of its employees.
- **Supplier relations:** the company is committed to improving its relationship with suppliers, seeking to establish partnership solely with companies that are aligned with Generali's own view on ESG matters. This reflects the company's commitment to sustainable practices throughout its supply chain.

A Generali Brasil possui os objetivos de sustentabilidade alinhados ao Grupo Generali e, desde 2022, com a publicação da Circular Susep 666, reforçou a sua governança em Sustentabilidade, garantindo integral complemento da nova norma. Em abril de 2024, publicou seu primeiro Relatório de Sustentabilidade, um ano antes do exigido pelo regulador.

Generali Brasil's sustainability goals are aligned with those of the Generali Group and, since 2022, when Susep Circular 666 was published, the company has strengthened its governance of sustainability, implementing the new regulations into the goals. In April 2024, the company published its first Sustainability Report, one year earlier than required by the regulator.

**Em abril de 2024, a
empresa publicou seu
primeiro Relatório
de Sustentabilidade**

In April 2024, the
company published its
first Sustainability Report

RECONHECIMENTOS GLOBAIS PELOS ESFORÇOS DO GRUPO GENERALI EM ESG:

GLOBAL RECOGNITION FOR THE EFFORTS MADE BY THE GENERALI GROUP IN RELATION TO ESG:

Índice Dow Jones de Sustentabilidade Mundial:

O Grupo foi incluído nesse índice por seis anos consecutivos (2018-2022), o que sinaliza sua liderança em sustentabilidade corporativa. O índice avalia o desempenho das principais empresas globais em critérios econômicos, ambientais e sociais.

Índice Dow Jones de Sustentabilidade Europa:

O Grupo figura neste índice há cinco anos (2019-2022), destacando seu desempenho sólido em sustentabilidade entre as empresas europeias.

100 Empresas Mais Sustentáveis do Mundo da Corporate Knights:

A Generali foi selecionada para essa lista, um reconhecimento de sua liderança global em sustentabilidade. O *ranking* avalia o desempenho das empresas em uma série de indicadores ambientais, sociais e de governança.

Esses reconhecimentos ressaltam a dedicação da Generali à integração dos princípios ASG em suas práticas de negócios. Por meio de investimentos verdes e desenvolvimento de produtos ecologicamente corretos, a Generali se posiciona como líder no movimento global de sustentabilidade.

Sustainability Week:

Trata-se de uma semana dedicada a palestras e *workshops* voltados para questões ASG (Ambiental, Social e Governança, na sigla em inglês). Essa iniciativa reflete o compromisso da empresa com a sustentabilidade, promovendo a conscientização e ações práticas alinhadas aos princípios ASG.

Dow Jones Sustainability World Index:

The Group was included in this index for six years running (2018-2022), thus demonstrating its leadership in the area of corporate sustainability. The index evaluates the performance of the world's leading companies, taking into consideration economic, social and environmental criteria.

Dow Jones Sustainability Europe Index:

The Group appeared in this index for five years (2019-2022), highlighting its solid performance in sustainability amongst European companies.

Corporate Knights' World's 100 Most Sustainable Companies:

Generali was included in this list in recognition of its global leadership in sustainability. The ranking evaluates companies' performance by means of a series of environmental, social and governance indicators.

The recognition highlights Generali's dedication to integrating ESG practices into its business practices. Through green investments and the development of ecologically friendly products, Generali has positioned itself as a leader in the global sustainability movement.

Sustainability Week:

This is a week-long initiative dedicated to talks and workshops related to ESG (Environmental, Social and Governance) matters. This reflects the company's commitment to sustainability, promoting awareness and actions aligned with ESG.

O pilar de Sustentabilidade é um dos principais dentro da empresa. A Generali tem o compromisso de investir em ações de impacto ambiental, alinhadas aos seus princípios e valores.

The Sustainability pillar is one of the company's principles. Generali is committed to investing in actions with a positive environmental impact, in line with its principles and values.



ENCERRAMENTO CLOSING

A GENERALI SEMPRE TEVE COMO OBJETIVO ocupar uma posição de liderança no mercado de seguros, um propósito sustentado pela busca constante de inovação, compromisso com a sustentabilidade e dedicação aos seus clientes e parceiros. Esses valores têm guiado nossa trajetória e continuarão a orientar nosso caminho rumo a um futuro ainda mais promissor.

Ao longo de sua história no Brasil, a Generali demonstrou uma notável capacidade de adaptação. A introdução de tecnologias, como inteligência artificial, reflete nosso compromisso com a modernização e a eficiência. Ao mesmo tempo, reforça nosso engajamento com a sustentabilidade.

Essa jornada nos ensinou que crescimento deve ser conduzido com critério e passos seguros. Aprendemos com ensinamentos do passado. Hoje, adotamos uma abordagem mais equilibrada, com foco na qualidade, na resiliência e na responsabilidade.

Entre todos os capítulos de nossa história, a pandemia de 2020 se destacou como um dos mais desafiadores e significativos. Foi um momento difícil, mas serviu para evidenciar a força e a essência da Generali: somos mais do que uma companhia que oferece serviços. Somos uma empresa responsável, que entende as complexidades do mundo em que vivemos e se empenha em fazer a diferença.

Com a solidez de nossas bases, a inovação no nosso DNA e a visão clara de nossos objetivos, estamos prontos para continuar navegando pelas complexidades do mercado moderno de seguros. O futuro é promissor, e a Generali está preparada para liderar essa transformação com passos firmes e seguros.

O compromisso com nossos clientes é o alicerce de tudo o que fazemos. Estamos atentos às necessidades, prontos para oferecer soluções personalizadas e suporte em momentos cruciais. Valorizamos cada relacionamento construído ao longo de nossa jornada e trabalhamos para continuar merecendo confiança. E que venham mais 100 anos!

GENERALI HAS ALWAYS AIMED TO OCCUPY A position of leadership in the insurance market, an objective that is supported by the way the company is constantly striving for innovation, committing itself to sustainability and dedicating itself to its clients and partners. These values have guided us on our journey and will continue to do so on our path towards an even more promising future.

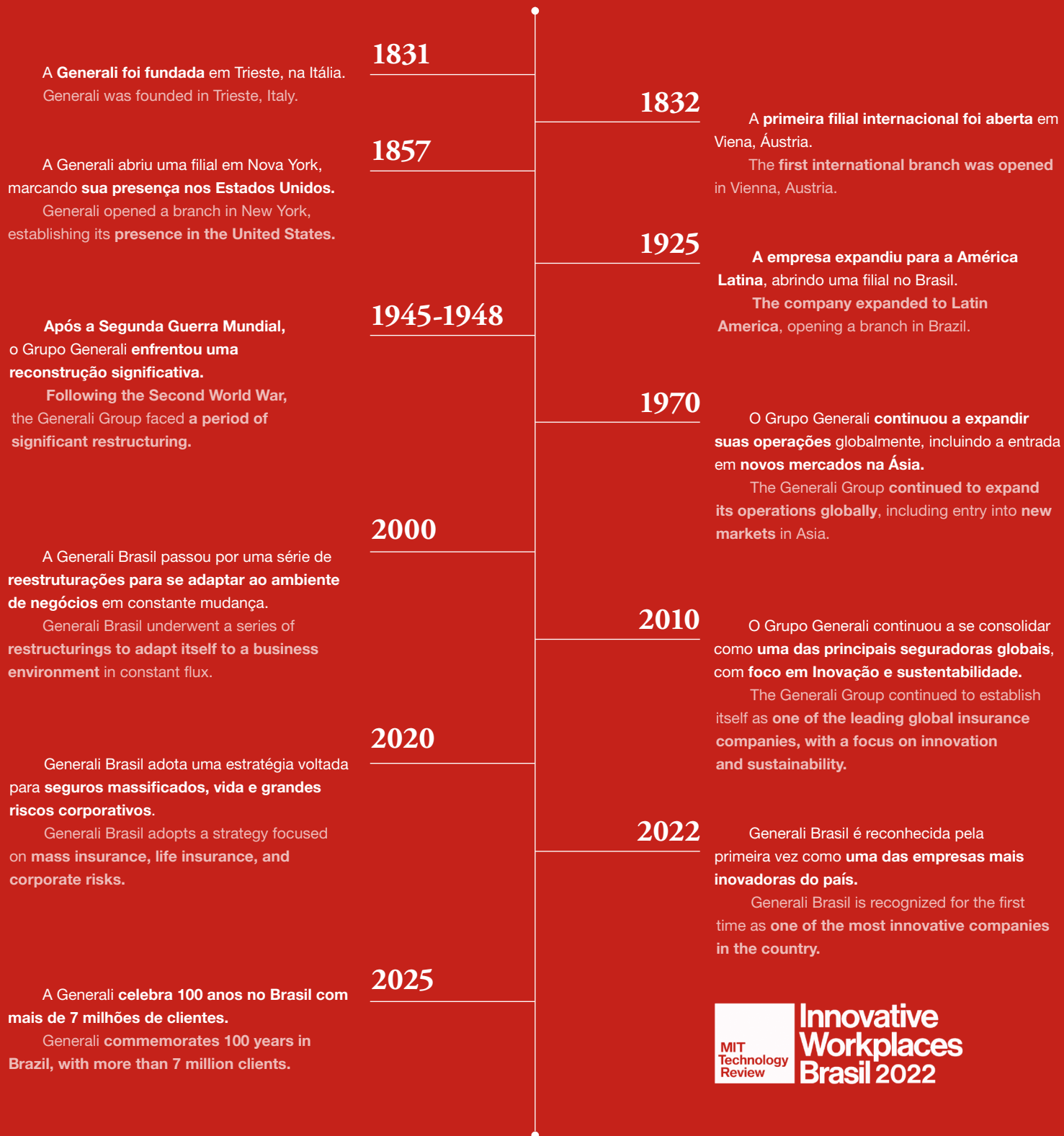
Over the course of its time in Brazil, Generali has demonstrated an unparalleled ability to adapt. The introduction of technologies, such as artificial intelligence, reflects our commitment to modernization and efficiency. At the same time, it reinforces our engagement with sustainability.

This journey has taught us that growth should be based upon solid criteria and undertaken with safe steps. We learn from the lessons of the past. These days, we have adopted a more balanced approach, focusing on quality, resilience and responsibility.

Of all the chapters in our history, the 2020 pandemic stands out as one of the most challenging and significant. It was a difficult period, but it served as evidence of the Generali's strength and essence: we are more than a company that simply offers services. We are a responsible company, which understands the complexities of the world in which we live and is committed to making a difference.

With solidity at our base, innovation in our DNA, and a clear understanding of our objectives, we are more than ready to continue navigating our way through the complexities of today's insurance market. The future is promising and Generali is prepared to lead this transformation with firm and secure steps.

The commitment to our clients is the foundation of all we do. We are aware of their needs, and ready to offer tailored solutions and support in the most critical moments. We value every relationship that has been constructed over the course of our journey and we are working hard to continue deserving your confidence. Here's to another 100 years!



CRÉDITOS

CREDITS

Coordenação do Projeto /Project Coordination

Marketing Generali

Redação, Edição e Design /Writing, Editing, and Design

Approach Comunicação

Revisão / Proofreading

Catalisando Conteúdo

Tradução / Translation

Wordplay Traduções

Impressão / Printing

Digital Printz

CRÉDITOS DAS IMAGENS

CREDITS OF THE IMAGES

Página 11 Fonte: Acervo Generali. Page 11 Source: Generali Collection.	Página 22 Fonte: Wikimedia Commons, originalmente postado no Flickr como <i>Trains Jenbach Achensee</i>. Page 22 Source: Wikimedia Commons, originally posted on Flickr as <i>Trains Jenbach Achensee</i>.	Página 36 (1) Fonte: Acervo Generali. Page 36 (1) Source: Generali Collection.	Página 56 Fonte: <i>Cadernos de Seguro da Funenseg</i>, edição 38, 1988. Page 56 Source: <i>Cadernos de Seguro da Funenseg</i>, edition 38, 1988.	Página 77 (2) Fonte: Wikimedia Commons. Fotografia: Tecnoxarxa. Page 77 (2) Source: Wikimedia Commons. Plaintiff: Tecnoxarxa.
Página 19 Fonte: <i>Il Tempo del Leone</i>, Storia, página 3. Page 19 Source: <i>Il Tempo del Leone</i>, Storia, page 3.	Página 25 Fonte: Flickr. Também utilizado na página 73 do livro <i>Il Tempo del Leone</i>. Page 25 Source: Flickr. Also used on page 73 of the book <i>Il Tempo del Leone</i>.	Página 36 (2) Fonte: SP Corporate. Page 36 (2) Source: SP Corporate.	Página 60 Fonte: Adobe Stock. Page 60 Source: Adobe Stock.	Página 80 Fonte: Adobe Stock. Page 80 Source: Adobe Stock.
Página 21 (1) Fonte: Picryl. Page 21 (1) Source: Picryl.	Página 27 Fonte: Acervo Generali. Fotografia: Massimo Gardone. Page 27 Source: Generali Collection. Photograph: Massimo Gardone.	Página 39 Fonte: Brasileira Fotográfica / Biblioteca Nacional. Page 39 Source: Brasileira Fotográfica / National Library.	Página 62 Fonte: Material promocional da Generali. Page 62 Source: Generali promotional material.	Página 81 Fonte: Material promocional do filme. Page 81 Source: Promotional material for the film.
Página 21 (2) Fonte: Picryl. Page 21 (2) Source: Picryl.	Página 29 Fonte: Acervo Generali. Fotografia: Massimo Gardone. Page 29 Source: Generali Collection. Photograph: Massimo Gardone.	Página 42 Fonte: Biblioteca Nacional. Page 42 Source: National Library.	Página 64 Fonte: Adobe Stock. Page 64 Source: Adobe Stock.	Página 83 (1) Fonte: Material promocional da Generali. Page 83 (1) Source: Generali promotional material.
Página 21 (3) Fonte: Acervo Generali. Fotografia: Massimo Gardone. Page 21 (3) Source: Generali Collection. Photograph: Massimo Gardone.	Página 30 (1) Fonte: Acervo Generali. Page 28 (1) Source: Generali Collection.	Página 45 (1) Fonte: Biblioteca Nacional. Page 45 (1) Source: National Library.	Página 67 Fonte: Deconhecida. Page 67 Source: Unknown.	Página 83 (2) Fonte: Material promocional da Generali. Page 83 (2) Source: Generali promotional material.
Página 21 (4) Fonte: Acervo Generali. Fotografia: Massimo Gardone. Page 21 (4) Source: Generali Collection. Photograph: Massimo Gardone.	Página 30 (2) Fonte: Acervo Generali. Page 30 (2) Source: Generali Collection.	Página 45 (2) Fonte: Biblioteca Nacional. Page 45 (2) Source: National Library.	Página 69 Fonte: Material promocional da Generali. Page 69 Source: Generali promotional material.	Página 83 (3) Fonte: Material promocional da Generali. Page 83 (3) Source: Generali promotional material.
Página 21 (5) Fonte: Acervo Generali. Fotografia: Massimo Gardone. Page 21 (5) Source: Generali Collection. Photograph: Massimo Gardone.	Página 30 (3) Fonte: Acervo Generali. Page 30 (3) Source: Generali Collection.	Página 47 Fonte: Acervo Generali. Page 47 Source: Generali collection.	Página 73 Fonte: Pixabay. Fotografia: Manuel Alvarez. Page 73 Source: Pixabay. Photographer: Manuel Alvarez.	Página 83 (4) Fonte: Material promocional da Generali. Page 83 (4) Source: Generali promotional material.
		Página 48 Fonte: Acervo Generali. Page 48 Source: Generali collection.	Página 77 (1) Fonte: Flickr. Fotografia: Juan José Flores, "Ñaupá". Page 77 (1) Source: Flickr. Photographer: Juan José Flores, "Ñaupá".	Página 89 Fonte: Acervo Generali. Page 89 Source: Generali Collection.
		Página 50 Fonte: Adobe Stock. Page 50 Source: Adobe Stock.	Página 93 Fonte: Adobe Stock. Page 93 Source: Adobe Stock.	



100
ANOS

