

Allianz Italia: premi in crescita nei primi nove mesi del 2018

Milano, 9 novembre 2018 - *Allianz Italia* ha registrato nei primi nove mesi del 2018 un andamento positivo, caratterizzato da una raccolta premi e risultati operativi in crescita rispetto all'analogo periodo dell'anno precedente. Complessivamente, i *premi Vita e Danni* sono cresciuti nei primi nove mesi del +5,5% attestandosi a 11,65 miliardi di euro, contribuendo così ai buoni risultati registrati dal Gruppo Allianz a livello globale.

In evidenza le seguenti aree e iniziative, sicuri fattori trainanti della crescita:

- nel solco dell'innovazione e della consulenza al cliente, nel Vita è stata lanciata con successo la nuova soluzione *Universo Persona Rendita Autosufficienza*, sostenuta da una importante campagna pubblicitaria nella quale, per la prima volta, Allianz ha affrontato il delicato tema della non autosufficienza
- nel periodo, si è evidenziato un trend di *recupero nell'Auto*, segmento nel quale si è distinto in particolare il canale agenti con una robusta crescita del new business
- nella bancassurance, hanno registrato eccellenti performance *My Care Famiglia* e *My Business Care*, le soluzioni di protezione sviluppate con il partner strategico UniCredit per le famiglie e per le aziende
- nelle sedi di Milano e Trieste, oltre agli ambienti di lavoro hi-tech, sono stati messi in campo innovativi progetti di welfare per migliorare il benessere dei dipendenti, come l'iniziativa *Allianz Time with Kids*, che ha consentito ai genitori di portare con sé in ufficio i figli (di età compresa tra 6 e 11 anni) nel periodo estivo
- sono proseguite inoltre importanti *sponsorizzazioni* in ambito *sportivo* e *iniziative culturali* di primo piano a sostegno del patrimonio artistico e musicale italiano, focalizzate su Milano e Trieste, città dove si trovano le principali sedi operative

Giacomo Campora, Amministratore Delegato di Allianz S.p.A., ha dichiarato: "Il nostro obiettivo è crescere. I positivi risultati realizzati nei primi nove mesi dell'anno confermano l'efficacia del piano strategico, che mette al centro la soddisfazione del cliente e la figura dell'agente professionista. Valorizzando la cultura dell'esperto e le forti capacità consulenziali dei nostri agenti e financial advisor, Allianz offre protezione e sicurezza per il presente e il futuro alle famiglie e alle imprese italiane".



Allianz S.p.A.: rating “A3” e “A” confermati da Moody’s e da Standard & Poor’s

Nel mese di ottobre, le agenzie di rating *Moody’s* e *Standard & Poor’s* hanno riaffermato i rating “A3” e “A” di *Allianz S.p.A.*

“La conferma della nostra solidità finanziaria ai livelli più alti del mercato italiano, legata alla nostra appartenenza a un gruppo globale come Allianz, è un’importante garanzia per tutti i nostri clienti, per la nostra rete distributiva multi-canale e per tutti i nostri partner. Allo stesso tempo, siamo una realtà con un forte radicamento e una lunga storia alle spalle in Italia, dove siamo presenti dal 1838, anno di fondazione della RAS a Trieste. Il nostro Paese rappresenta a livello mondiale il secondo mercato assicurativo per il Gruppo” ha commentato *l’Amministratore Delegato*.

Allianz S.p.A. è parte di *Allianz SE*, che è valutata da *Moody’s* “Aa3” IFSR con Outlook “stabile” e da *Standard & Poor’s* “AA” con Outlook “stabile”.

Danni: cresce l’offerta personalizzata e innovativa per la protezione di famiglie e imprese

Tornando ai risultati, nei primi nove mesi del 2018 la raccolta premi *Danni* si è attestata a 3,18 miliardi di euro. Nel solo terzo trimestre 2018, i premi sono ammontati a 952,6 milioni di euro, in crescita dell’1,4% rispetto al terzo trimestre del 2017.

Lo sviluppo del business nel periodo ha evidenziato un trend di recupero nell’*Auto*, segmento nel quale si è distinto in particolare il canale agenti con una robusta crescita del new business. Inoltre, è aumentata la base clienti grazie sia al miglioramento della retention sia all’acquisizione di nuova clientela.

Positivo lo sviluppo nel comparto *Non-Auto*, grazie all’apprezzamento per le innovative soluzioni di protezione sviluppate per le famiglie e le aziende, declinate anche nel canale di bancassurance con il partner strategico UniCredit attraverso l’offerta modulare *My Care Famiglia* e *My Business Care*, che hanno registrato eccellenti performance.

Negli ultimi anni, Allianz ha sviluppato un vero e proprio *ecosistema digitale* a supporto degli agenti e dei clienti, lanciando innovazioni come l’offerta modulare *Allianz1*¹ per il retail, *Allianz1 Business* per le piccole imprese e l’innovativa app *AllianzNOW*, per gestire ogni genere di emergenza o sinistro nell’ambito della mobilità, della protezione della casa e della famiglia e della salute, integrando le nuove funzionalità ai prodotti rivisitati.

Nella seconda metà dell’esercizio è stata completamente rinnovata la struttura dell’offerta *Universo Salute* per il rimborso delle *spese mediche* in caso di ricovero per malattia, infortunio o parto, gestito attraverso la app *AllianzNOW*. L’offerta è stata rivisitata in un’ottica sempre più incentrata sulle esigenze del cliente, che ha portato ad ampliare le possibilità di personalizzazione e quindi la gamma proposta di soluzioni, sempre salvaguardando la qualità per la clientela.

¹ Brevetto n° 1419924, Ufficio Italiano Brevetti e Marchi

Vita: lanciata con successo la nuova soluzione che protegge dalla perdita dell'autosufficienza

Nel *Vita*, in un contesto di mercato ancora caratterizzato da elevata volatilità, la raccolta premi nei primi nove mesi del 2018 è cresciuta a 8,47 miliardi di euro (+7,5%), confermando la strategia da tempo focalizzata sui prodotti capital light, la cui incidenza è nettamente superiore alla media di mercato (79,7% vs 38,8% di mercato a giugno 2018). Nel solo terzo trimestre del 2018, la raccolta premi è stata pari a 2,786 miliardi di euro (+21,2%).

Molto positiva la risposta della clientela a *Univalore Italia PIR*, che ha registrato una raccolta di 634 milioni di euro. Le polizze di *puro rischio*, a loro volta, hanno fatto segnare una crescita a doppia cifra. Quanto all'andamento dei canali distributivi, buona la performance della bancassurance, così come quella degli agenti, tanto nel segmento capital light che in quello dei prodotti di puro rischio.

A settembre è stata lanciata sul mercato la soluzione *Universo Persona Rendita Autosufficienza*, sostenuta da una innovativa e importante campagna di comunicazione nella quale, per la prima volta, Allianz ha affrontato il delicato tema della non autosufficienza. La protezione assicurativa offerta prevede, nel caso di perdita dell'autosufficienza, l'erogazione di una rendita mensile vitalizia rivalutata ogni anno, a fronte del pagamento di un premio mensile fisso costante, e un piano di assistenza domiciliare integrato, attivato immediatamente alla denuncia del sinistro. Inoltre, a prescindere dalla eventuale condizione di non autosufficienza, è possibile richiedere in ogni momento, tramite la App AllianzNOW, altre prestazioni come pareri aggiuntivi sulla cartella clinica estesi anche ai familiari, consulenze medico-sanitarie telefoniche e l'organizzazione di visite specialistiche e accertamenti diagnostici a tariffe agevolate.

Nelle sedi di Milano e Trieste, ambienti di lavoro hi-tech e innovativi progetti di welfare per migliorare il benessere dei dipendenti

Allianz Italia ha continuato a investire significativamente per migliorare il benessere dei propri dipendenti, realizzando ambienti di lavoro dotati delle più avanzate soluzioni tecnologiche e sviluppando iniziative molto innovative di welfare aziendale.

“Grazie alla visione del Direttore Generale Maurizio Devescovi abbiamo ampliato i programmi di welfare a favore delle nostre persone, perché crediamo che lavorare bene significhi anche lavorare in modo nuovo e flessibile, in spazi belli e stimolanti” ha spiegato l'*Amministratore Delegato*.

Nella prima parte del 2018 è stato completato con successo il trasferimento nella *Torre Allianz*, nuovo quartier generale milanese inaugurato dal Sindaco di Milano Giuseppe Sala, dove lavorano 2.800 dipendenti del Gruppo. Anche a *Trieste*, sede legale della Compagnia, stanno proseguendo gli importanti lavori di rinnovamento dell'edificio che ospita oltre 1.000 dipendenti, con un investimento di 53 milioni di euro, e dove fra l'altro a settembre ha preso il via *Allianz Acumen*, un ciclo di appuntamenti culturali dedicati a Trieste per approfondire i temi dell'innovazione e contribuire a creare una visione dinamica e articolata del futuro.

Grande successo hanno ottenuto le *nuove iniziative di welfare* volte a favorire il bilanciamento tra vita privata e lavoro; da giugno a settembre si è svolta la prima edizione di *Allianz Time with Kids*, l'innovativa possibilità per i dipendenti con figli di età compresa tra 6 e 11 anni di portare con sé al lavoro i bimbi, impegnati in attività ludico-didattiche, e trascorrere la propria giornata lavorativa affiancandoli in ambienti disegnati appositamente all'interno della Torre Allianz e nella sede di Trieste. Dopo il successo estivo, l'iniziativa verrà riproposta anche durante le vacanze scolastiche natalizie. È stato inoltre ampliato il programma di *smart-working*, che oggi coinvolge 600 dipendenti e, per il quinto anno consecutivo, la Compagnia ha rinnovato la propria adesione all'iniziativa *Settimana del Lavoro Agile* promossa dal Comune di Milano.

Allianz Time with Kids si aggiunge al carnet di iniziative welfare rivolte ai dipendenti con figli, tra cui *Happy Child*, che offre la possibilità a Milano di iscrivere il proprio figlio a condizioni agevolate presso uno dei 13 asili nido del network Happy Child, mentre a Trieste è possibile usufruire dell'ampio e moderno asilo nido interno all'azienda, super attrezzato per accogliere i figli dei dipendenti e aperto anche alle famiglie esterne all'azienda. Il tradizionale appuntamento annuale *Spazi Aperti* dedicato alle famiglie dei dipendenti ha registrato un grande successo, con oltre duemila partecipanti tra Milano, Roma, Torino e Trieste.

Progetto Dualità Scuola-Lavoro: a ottobre si è concluso il primo ciclo e sono stati assunti trenta nuovi studenti e studentesse delle scuole superiori

Il 18 ottobre si è conclusa con successo la prima edizione del *Progetto Dualità Scuola-Lavoro* con la consegna degli attestati ai trenta studenti e studentesse milanesi che, al termine dell'esperienza di formazione-lavoro di due anni, hanno conseguito il titolo di *Junior Specialist in Insurance and Financial Services*.

Il progetto è un modello innovativo di integrazione tra la formazione e l'occupazione giovanile riconosciuto nel 2017 dal Ministero del Lavoro e dal Ministero dell'Istruzione come best practice della formazione duale, grazie alle sue caratteristiche di flessibilità, replicabilità e di innovazione e grazie al coinvolgimento dei licei, oltre a quello degli istituti tecnico-economici. Il progetto, che ha ottenuto la Certificazione DUAL.Project della Camera di Commercio Italo-Germanica, prevede l'inserimento ogni anno di trenta giovani: il 1° ottobre ha preso il via la terza edizione, con l'assunzione di studenti e studentesse del quarto anno delle scuole secondarie superiori dell'area milanese, che si sono aggiunti a quelli di quinta superiore, per un totale di 60 giovani presenti in azienda.

L'impegno di Allianz in ambito sportivo e a sostegno della cultura

In ambito culturale, nel primo semestre dell'anno Allianz è divenuta socio fondatore permanente della *Fondazione Teatro alla Scala di Milano* ed è stato inoltre confermato il sostegno a grandi eventi, come il *"Concerto per Milano" dell'Orchestra Filarmonica della Scala*, tradizionale appuntamento gratuito con la grande musica classica nell'incantevole cornice di Piazza Duomo, che ha registrato a

giugno uno straordinario successo di pubblico, con oltre 35mila presenze e la diretta televisiva in dieci paesi.

Inoltre, si è aggiunto il sostegno come socio fondatore permanente alla *Fondazione Teatro Lirico Giuseppe Verdi di Trieste* e alla tournée 2019 del teatro triestino in Giappone.

In campo sportivo, oltre alla straordinaria risonanza ottenuta dall'*Allianz Stadium di Torino*, Allianz ha potenziato il proprio impegno sia a Milano sia a Trieste con l'acquisizione dei naming rights del rinnovato Palalido di Milano, che si chiamerà *Allianz Cloud*, e del Palazzetto dello Sport di Trieste rinominato *Allianz Dome*. È stata inoltre rafforzata la pluriennale partnership con la squadra di basket *Alma Pallacanestro Trieste*, promossa in serie A1, che ha portato in dote a marzo il modernissimo tabellone Allianz Wall dell'impianto sportivo dove gioca la squadra. E sempre nel capoluogo giuliano, Allianz è divenuta partner della pluri-titolata squadra *Pallamano Trieste*. Nell'ambito milanese, in coerenza con lo spirito aziendale che vede centrali le *equal opportunities*, Allianz ha stretto una partnership con la storica squadra di pallacanestro femminile Geas di Sesto San Giovanni, che da questa stagione sportiva gioca in serie A1 con il nuovo nome *Allianz Geas Basket*.

Per il quarto anno consecutivo, Allianz ha confermato il proprio sostegno alla gara di corsa *Salomon Running Milano* che si svolge a settembre, mentre a maggio è stata organizzata per la prima volta *l'Allianz Vertical Run* all'interno della Torre Allianz, con la salita di oltre 1.000 gradini sino al 49° piano del grattacielo. A Trieste, inoltre, la Compagnia ha offerto ai propri dipendenti l'opportunità di regatare alla *Barcolana*, sulla barca Anemos-Allianz, che si è piazzata al 7° posto nella graduatoria della tradizionale Coppa d'Autunno.

Allianz Italia è uno dei principali assicuratori italiani e fa parte del gruppo Allianz SE, leader mondiale assicurativo-finanziario, con oltre 140 mila dipendenti al servizio di più di 88 milioni di clienti in 70 diversi paesi. In Italia, secondo mercato assicurativo per il Gruppo dopo la Germania, Allianz Italia opera con oltre 5.000 dipendenti al servizio di più di 7 milioni di clienti, attraverso una rete distributiva multi-canale composta da oltre 25mila tra Agenti, collaboratori sul territorio e Financial Advisor, importanti accordi di bancassurance, e Genialloyd, market leader tra le compagnie dirette.

Contatti:

Media & External Relations - Corporate Communication
Allianz Italia
Tel. +39 02 7216 2224 - Email: press.office@allianz.it