

Allianz Italia: raccolta premi e risultato operativo in crescita nel primo semestre 2018

Milano, 3 agosto 2018 - *Allianz Italia* ha registrato nel primo semestre 2018 un andamento positivo, caratterizzato da una raccolta premi e un risultato operativo in crescita rispetto all'analogo periodo dell'anno precedente, contribuendo così ai buoni risultati registrati dal Gruppo Allianz a livello globale.

Sotto la leadership di *Giacomo Campora*, da gennaio *Amministratore Delegato* di *Allianz S.p.A.*, la Compagnia ha confermato la centralità del ruolo degli agenti, proseguendo nella strategia di semplificazione, efficientamento e digitalizzazione.

Complessivamente, i *premi Vita e Danni* sono ammontati nel primo semestre 2018 a 7,9 miliardi di euro (+1,3%) e *l'utile operativo* a 672,6 milioni di euro (+1,9%).

Giacomo Campora, Amministratore Delegato di Allianz S.p.A., ha commentato: “I positivi risultati realizzati nel primo semestre dell'anno confermano l'efficacia del nostro piano strategico, focalizzato sullo sviluppo del business e sulla generazione di valore, mettendo al centro la soddisfazione del cliente e la figura dell'agente professionista. La nostra strategia valorizza da un lato la cultura dell'esperto e le solide competenze tecniche di Allianz, dall'altro le fortissime capacità consulenziali dei nostri agenti e financial advisor. 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. Allianz ha sempre creduto ed investito nel Paese, un mercato strategico sia per il business assicurativo sia per i servizi finanziari: insieme ai nostri agenti e ai nostri financial advisor, serviamo oltre 7 milioni di clienti, offrendo loro le migliori soluzioni per la protezione e per gli investimenti. Un gruppo globale come Allianz ha la solidità e la forza per gestire i rischi di famiglie e imprese, per gestire gli asset finanziari, propri e di terzi, e per gestire assieme alle reti distributive relazioni durature con i clienti, costruendo certezze per il futuro”.



Nei *Danni*, la raccolta premi si è attestata nel primo semestre a 2,2 miliardi di euro (stabile rispetto all'analogo periodo 2017). Nel solo secondo trimestre 2018, i premi sono ammontati a 1,14 miliardi di euro (+0,2% rispetto al secondo trimestre 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.

Buono anche lo sviluppo nel comparto Non-Auto, grazie all'apprezzamento per le innovative soluzioni di protezione sviluppate per le famiglie e le aziende, comparto nel quale si sono distinte l'offerta modulare, declinata per le piccole aziende anche nel canale di bancassurance - grazie alle straordinarie performance del nostro partner strategico UniCredit - le coperture per la casa e per la salute dedicate alla clientela retail e l'offerta per le medie imprese.

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 Allianz1¹ 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. AllianzNOW, recentemente arricchita della funzionalità alcol test digitale, ha superato dal lancio 400.000 download.

Nel *Vita*, in un contesto di mercato ancora caratterizzato da elevata volatilità e bassi tassi d'interesse, la raccolta premi nel primo semestre è ammontata a 5,7 miliardi di euro (+1,9%) e l'utile operativo a 137 milioni (+7,9%), confermando la strategia da tempo focalizzata sui prodotti capital light, la cui incidenza è superiore all'81% dei premi totali e all'88% sulla nuova produzione. Le polizze di puro rischio, a loro volta, hanno registrato una crescita a doppia cifra. Nel solo secondo trimestre 2018, la raccolta premi è stata pari a 2,96 miliardi di euro (+1,2%). Quanto all'andamento dei canali distributivi, buona la crescita della bancassurance, così come quella degli agenti, tanto nel segmento capital light che in quello dei prodotti di puro rischio. Il new business margin nel primo semestre si è attestato al 2,6% (dal 2,4% del primo semestre 2017).

Giacomo Campora ha inoltre sottolineato: “L'impegno di Allianz in Italia passa anche da rilevanti iniziative di corporate citizenship in campo culturale, artistico e sportivo, principalmente focalizzate a Milano, Torino e Trieste, dove abbiamo le nostre principali sedi operative”.

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 sarà rinominato *Allianz Cloud*, e del Palazzetto dello Sport di Trieste che si chiamerà *Allianz Dome* a partire dalla prossima stagione sportiva. È stata inoltre rafforzata la pluriennale partnership con l'*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.

Nell'ambito milanese, in coerenza con lo spirito aziendale che vede centrali le *equal opportunities*, Allianz ha stretto anche una partnership con la storica squadra di pallacanestro femminile Geas di Sesto San Giovanni, che dalla prossima stagione sportiva giocherà in serie A1 con il nuovo nome *Allianz Geas Basket*. Mentre continuerà anche quest'anno il sostegno alla gara di corsa *Salomon Running Milano*, in calendario a settembre, è stata organizzata per la prima volta a maggio l'*Allianz Vertical Run* all'interno della Torre Allianz, con la salita di oltre 1.000 gradini sino al 49° piano del grattacielo.

¹ Brevetto n° 1419924, Ufficio Italiano Brevetti e Marchi

Inoltre, sempre nel primo semestre è stato completato con successo il trasferimento e l'ambientamento dei 2.800 dipendenti del Gruppo nella *Torre Allianz*, nuovo quartier generale milanese. Anche a *Trieste*, sede legale della Compagnia, stanno proseguendo gli importanti lavori di riammodernamento dell'edificio che ospita oltre 1.000 dipendenti, e per il quale sono stati investiti 53 milioni di euro.

Per favorire il bilanciamento tra vita privata e lavoro, sono state avviate nuove iniziative di welfare come *Allianz Time with Kids*, l'innovativa possibilità, durante il periodo delle vacanze scolastiche estive, di far vivere ai figli dei dipendenti un'esperienza unica in un ambiente disegnato per loro all'interno della Torre Allianz e della sede di Trieste, impegnandoli in attività ludiche e didattiche; è stato inoltre ampliato il programma di *smart-working* al 50% dell'orario lavorativo, che oggi coinvolge 600 dipendenti.

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