

## Allianz Italia conferma risultati positivi anche nel 2017, con premi totali in crescita (+11,1%) e utile operativo a 1,4 miliardi di euro (+13%). Il canale Agenti, centrale nella strategia della Compagnia, ha contribuito significativamente ai risultati 2017

Milano, 16 febbraio 2018 – Nel 2017 *Allianz Italia* ha messo a segno un altro anno positivo, registrando una crescita dei premi totali del +11,1% rispetto al 2016, a 15,7 miliardi di euro, nonostante le difficili condizioni del mercato. La strategia di crescita perseguita lo scorso anno, in linea con la Renewal Agenda del Gruppo Allianz, è stata principalmente trainata da uno sviluppo positivo del comparto Vita, cresciuto del +17,1% a 11,2 miliardi di euro e da un recupero dei rami Danni (-1,3% anno su anno, rispetto ad un avvio d'esercizio che aveva registrato -3,1% nel primo trimestre 2017). La profittabilità si è confermata solida, con un utile operativo che ha raggiunto 1,4 miliardi di euro, in crescita del +13% rispetto all'anno precedente ed un Combined Ratio tra i migliori del mercato ed in miglioramento rispetto al 2016.

Allianz S.p.A., guidata dal 1° gennaio 2018 da *Giacomo Campora*, nel corso del 2017 ha continuato ad investire per supportare al meglio la trasformazione della rete degli *Agenti Allianz*, al fine di consentire loro di coniugare con sempre maggior efficacia la già forte competenza consulenziale con i benefici derivanti dalla digitalizzazione. Ed infatti proprio dal canale Agenti è giunto un rilevante contributo ai risultati 2017 della Compagnia.

*Giacomo Campora, Amministratore Delegato di Allianz S.p.A.*, ha commentato: “Allianz Italia, sotto la guida di *Klaus-Peter Roehler*, ha ottenuto nel 2017 risultati positivi, con premi totali in crescita, nonostante le sfidanti condizioni del mercato, ed una solida profittabilità, che ci ha consentito di contribuire ancora una volta ai risultati del nostro Gruppo e, per la nostra parte, alla ripresa del Paese. Questa strategia di crescita profittevole, che vede gli Agenti Allianz centrali nel nostro disegno strategico impostato negli anni di lavoro insieme a Klaus-Peter Roehler e al Management Team di Allianz Italia, si sta dimostrando non solo sostenibile, ma efficace. La trasformazione del modello agenziale grazie alla digitalizzazione, sui cui abbiamo fortemente investito negli ultimi anni, è una delle pietre angolari della nostra crescita, unitamente alle capacità consulenziali dei nostri Agenti, ad un portfolio di soluzioni assicurative sempre più nativamente digitali e ad una assoluta centralità del cliente. Eccellenza tecnica, reputation aziendale, forza del brand e della rete agenziale sono gli asset imprescindibili per proseguire a migliorare anno dopo anno il nostro lavoro al servizio delle famiglie e delle imprese italiane”.

I *premi Danni* nel 2017 sono ammontati a 4,51 miliardi di euro, con un calo del -1,3% anno su anno, in miglioramento rispetto ai primi nove mesi dell'anno. L'*utile operativo* del comparto si è mantenuto forte, attestandosi a 1,1 miliardi di euro, e il *Combined Ratio* si è attestato a 80,8% (in miglioramento di 4 punti percentuali da 84,8% nell'anno precedente).

Nel dettaglio, degna di nota la performance nei *rami Danni Non-Auto*, in crescita del +3,4% rispetto al 2016, mentre il comparto *Auto* ha mostrato segnali di ripresa (-4,3% dal 2016, in miglioramento rispetto all'avvio d'anno che aveva registrato -6,0%) pur continuando a risentire del trend di mercato.

In termini di prodotti, l'offerta modulare *Allianz1* e *Allianz1 Business* ha superato, dal lancio, la vendita di 480mila contratti, mentre *Allianz Bonus Drive*, la soluzione telematica Auto ha continuato a crescere, aggiungendosi al significativo portafoglio Telematics già in essere.

Con riferimento ai canali distributivi, la Compagnia diretta *Genialloyd* ha messo a segno una crescita dei premi del +5,4% rispetto al 2016 (a fronte di una flessione del mercato diretto, nei primi nove mesi dell'anno, del -1,6%) e la *Bancassurance*, con il partner Unicredit, ha confermato l'andamento positivo, con una crescita del +21,6%.

A marzo 2017, Allianz Italia ha lanciato *AllianzNOW*, l'innovativa *App* gratuita sviluppata per i clienti della Compagnia e per la rete degli Agenti, che offre assistenza e servizi di utilità immediati sul proprio smartphone negli ambiti della mobilità, della protezione della casa/famiglia e della salute. In progressione i download (300mila).

Nel 2017 i *premi Vita* sono ammontati a 11,2 miliardi di euro (+17,1% rispetto al 2016) e le *riserve totali* a 69,9 miliardi di euro, in aumento del 7,8% dal 2016. Il *valore della nuova produzione* è aumentato del +38% rispetto al 2016, con un *marginale della nuova produzione* in miglioramento al 2,6% (rispetto al 2,2% del 2016). L'*utile operativo* si è attestato a 243 milioni di euro, in calo del -4,1% rispetto al 2016, a causa di alcuni effetti straordinari positivi registrati l'anno precedente, ma in linea con le aspettative, grazie alla creazione di prodotti innovativi caratterizzati da basso assorbimento di capitale e margini attraenti, orientati alla creazione di valore per i clienti.

Il focus sull'innovazione di prodotto e sulle soluzioni di puro rischio e a basso consumo di capitale ha ulteriormente migliorato il *business mix*, con un'incidenza dei prodotti *Unit-Linked* attestatasi al 90% della nuova produzione (dal 78% del 2016), rispetto alla media di mercato che nel 2017 è stata del 46%.

Significativo il contributo del *canale Agenti* nel settore delle *polizze vita temporanee caso morte*, con premi contabilizzati in aumento del +13,3% ed un incremento del +41,3% dei premi Unit-Linked. La raccolta Vita del canale Financial Advisors ha registrato una crescita dei premi del +27,2%, con un'incidenza delle Unit-Linked che si è attestata al 99% della nuova produzione.

La raccolta delle nuove soluzioni PIR assicurativi *Allianz Prospettiva Italia Risparmio* e *CreditRas Univalore Italia* ha raggiunto i 690 milioni di euro.

Al 31 dicembre 2017 il *Solvency II Ratio* si è confermato a livelli molto elevati a riprova della stabilità e resilienza di Allianz, rappresentando un plus di valore per gli intermediari e per i clienti, che desiderano stabilire una relazione a lungo termine con la Compagnia.

Nell'ultimo trimestre del 2017, l'agenzia di rating Standard&Poor's ha alzato il rating di Allianz S.p.A. ad "A" da "A-", con outlook stabile.

*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 86 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 - Allianz Italia

Tel. +39 02 7216 2224

Email: [press.office@allianz.it](mailto:press.office@allianz.it)