

Allianz Italia chiude il 2018 in crescita

- **Premi totali Vita e Danni +3% a 16,1 miliardi di euro**
- **Si consolida la crescita nei Danni, sia nell'Auto sia nel Non-Auto**
- **Il canale agenti, strategico per lo sviluppo della Compagnia, cresce in tutti i segmenti Danni, con una robusta ripresa del new business Auto**
- **Vita: forte sviluppo di CreditRas Vita con le unit-linked nella bancassurance; il canale agenti cresce del +12% nel comparto polizze di puro rischio**

Milano, 15 febbraio 2019 - *Allianz Italia* ha messo a segno un 2018 positivo, caratterizzato da una raccolta premi in crescita rispetto all'anno precedente. Complessivamente, i *premi Vita e Danni* sono cresciuti del +3% attestandosi a 16,1 miliardi di euro e l'utile operativo a 1,3 miliardi di euro, contribuendo così ai buoni risultati registrati dal Gruppo Allianz a livello globale.

In evidenza le seguenti aree e iniziative, che hanno sostenuto la crescita nel 2018:

- confermata la strategia che vede *centrale il ruolo della rete agenziale Allianz*, su cui la Compagnia ha proseguito ad investire significativamente per supportarne al meglio l'efficacia operativa, che coniuga la consolidata competenza consulenziale con i benefici derivanti dalla digitalizzazione
- nel comparto *Danni* si è consolidato il trend di crescita dei premi sia nel segmento *Auto*, nel quale si è distinto in particolare il canale agenti con una robusta crescita del new business, sia nel segmento *Non Auto*
- nella *bancassurance Danni* focus sulle innovative soluzioni di protezione sviluppate con il partner strategico UniCredit per le famiglie e le aziende
- nel comparto *Vita* è stata lanciata con successo la nuova soluzione *Universo Persona Rendita Autosufficienza*, sostenuta da una importante campagna pubblicitaria
- nella *bancassurance Vita CreditRas Vita* ha superato per la prima volta la soglia dei 6 miliardi di euro in termini di raccolta.

Giacomo Campora, Amministratore Delegato di Allianz S.p.A., ha dichiarato: "La strategia che punta sulla figura dell'agente professionista e sulla centralità del cliente si conferma efficace, anche in un contesto di mercato sfidante come lo scorso anno, in cui la cultura dell'esperto e le forti capacità consulenziali dei nostri agenti e financial advisor si sono rivelate chiave di successo. Abbiamo centrato i nostri obiettivi di crescita profittevole per il 2018, grazie al contributo positivo di tutti i canali distributivi, inclusi la bancassurance ed il canale diretto. Inoltre, nel 2018 l'impegno sociale del nostro Gruppo in Italia si è concretizzato in importanti iniziative in ambito sportivo e culturale di primo piano a sostegno del patrimonio artistico e musicale italiano, focalizzate su Milano e Trieste, città dove abbiamo le nostre principali sedi".



Danni: si consolida la crescita sia nell'Auto sia nei comparti Non-Auto, grazie all'innovativa offerta personalizzata per la protezione di famiglie e imprese

Nel 2018 la raccolta premi *Danni* si è attestata a 4,6 miliardi di euro (+1%). Nel solo quarto trimestre 2018, i premi sono ammontati a 1,4 miliardi, in crescita del +2,6% rispetto al quarto trimestre del 2017.

Lo sviluppo del business lo scorso anno ha evidenziato un trend di progressivo 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.

Significativa la crescita di Genialloyd (+6,2%), in un contesto di mercato negativo per il mercato delle assicurazioni dirette.

Positivo lo sviluppo nel comparto Non-Auto, grazie alla crescita nel segmento clientela corporate, sostenuta dal canale agenti, così come nel segmento retail. Nella bancassurance *Danni*, il focus si è concentrato sulle innovative soluzioni di protezione *My Care Famiglia* e *My Business Care* sviluppate per le famiglie e le aziende da CreditRas Assicurazioni, sostenute anch'esse sul finire d'anno da una campagna pubblicitaria.

Nella seconda metà dell'esercizio è stata completamente rinnovata, e sempre più incentrata sulle esigenze del cliente, 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'innovativa App *AllianzNOW*, lanciata nel 2017 per gestire ogni genere di emergenza o sinistro nell'ambito della mobilità, della protezione della casa e della famiglia e della salute, rappresenta uno degli asset portanti dell'*ecosistema digitale* sviluppato negli anni da Allianz a supporto degli agenti e dei clienti, lanciando innovazioni come l'offerta modulare *Allianz1*¹ per il retail e *Allianz1 Business* per le piccole imprese.

Vita: si consolida la crescita della raccolta, nonostante l'andamento dei mercati finanziari. CreditRas Vita supera per la prima volta la soglia dei 6 miliardi di euro di raccolta premi

Nel comparto *Vita*, in un contesto di mercato ancora caratterizzato da elevata volatilità, la raccolta premi del 2018 è cresciuta a 11,6 miliardi di euro (+3,8%), confermando la strategia da tempo focalizzata sui prodotti capital light, la cui incidenza è nettamente superiore alla media di mercato (77,6% vs 37,9% di mercato a settembre 2018). Nel quarto trimestre del 2018, la raccolta premi è stata pari a 3,1 miliardi di euro.

Molto positivo l'andamento della *bancassurance* con il partner strategico UniCredit: *CreditRas Vita* ha superato per la prima volta la soglia dei 6 miliardi di euro di raccolta premi (+20,8%) con una forte crescita del segmento unit-linked (+17,4%).

¹ Patent no. 1419924, Ufficio Italiano Brevetti e Marchi

Le polizze di *puro rischio*, a loro volta, hanno fatto segnare una crescita a doppia cifra. Quanto all'andamento dei canali distributivi, il canale agenti si è distinto nel segmento dei prodotti di puro rischio (+12%).

Nella seconda parte dell'anno 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 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, oltre alla possibilità di richiedere in ogni momento, tramite la App *AllianzNOW*, altre prestazioni (pareri aggiuntivi sulla cartella clinica estesi anche ai familiari, consulenze medico-sanitarie telefoniche, visite specialistiche e accertamenti diagnostici a tariffe agevolate).

Allianz Italia ha continuato anche lo scorso anno 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, come la nuova Torre Allianz a Milano e la sede di Trieste, per la quale sono in completamento i lavori di totale rinnovamento”* ha spiegato l'Amministratore Delegato *Giacomo Campora*.

Allianz Italia è uno dei principali assicuratori italiani e fa parte del gruppo Allianz SE, leader mondiale assicurativo-finanziario, con oltre 142 mila dipendenti al servizio di più di 92 milioni di clienti in 80 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