

Comunicato stampa

Risultato d'esercizio 2015: buona performance di Allianz Suisse

- **Utile operativo pari a CHF 341,9 mln, in aumento dello 0,5% rispetto all'anno precedente**
- **Crescita del ramo Cose dell'1,2%, sopra la media di mercato**
- **Notevole crescita netta del portafoglio clienti con un +16'000: obiettivo raggiunto**
- **Combined ratio ai minimi degli ultimi dieci anni (89,5%)**
- **Orientamento sistematico del modello di business alle esigenze dei clienti**

Wallisellen, 18 marzo 2016 - Nonostante le condizioni difficili dell'economia, nel secondo semestre il gruppo Allianz Suisse¹ ha guadagnato grande slancio. Nel ramo Cose le iniziative adottate per la crescita hanno dato i frutti sperati, come provano l'aumento della raccolta premi a CHF 1'837,4 mln (+1,2%) e l'incremento netto del portafoglio clienti di 16'000 unità. Grazie a tali risultati è stata ampiamente compensata la diminuzione della raccolta premi dovuta alla sottoscrizione selettiva nel ramo vita. Il volume premi complessivo del gruppo Allianz Suisse è pertanto rimasto pressoché invariato, a CHF 3'807,4 mln, rispetto all'anno precedente (CHF 3'831,5 mln). L'utile operativo è salito dello 0,5% a CHF 341,9 mln (2014: CHF 340,0 mln), mentre il combined ratio ha registrato il valore più basso degli ultimi dieci anni (89,5%) grazie ad un buon andamento della sinistrosità.

"Sono molto soddisfatto del risultato complessivo, che costituisce una buona performance": così si è espresso Severin Moser, CEO di Allianz Suisse, facendo un bilancio positivo del 2015. "Le iniziative di crescita lanciate nel ramo Cose hanno sviluppato i loro effetti nel corso dell'anno e siamo riusciti, in un mondo sempre più digitale, ad adattare in modo ancora più efficace il nostro modello di business alle esigenze dei clienti. Ora dobbiamo sfruttare lo slancio e concentrarci ancora di più sulla soddisfazione della clientela: infatti solo un cliente soddisfatto raccomanda i nostri prodotti e servizi a familiari e amici. Anche quest'anno vogliamo crescere nel ramo Cose sopra la media di mercato sul fronte dei premi, anche se le difficoltà permangono significative", spiega Moser pensando ai prossimi mesi. Tali sfide, dopo la decisione della Banca nazionale svizzera (BNS) di abolire la soglia minima del tasso di cambio franco-euro e introdurre interessi negativi, riguardano anche il comparto vita, nell'ambito del quale, come sottolinea Moser, "abbiamo saputo affrontare la nuova situazione

e mettere a punto le misure necessarie rafforzando le riserve per interessi e adeguando la nostra offerta di prodotti al nuovo contesto".

Crescita del ramo Cose sopra la media di mercato

Mentre la crescita media del mercato nel ramo Cose in Svizzera nel 2015 si è attestata all'incirca sullo 0,5% secondo le stime dell'Associazione Svizzera d'Assicurazioni (ASA), Allianz Suisse è riuscita ad aumentare la raccolta premi dell'1,2%, a CHF 1'837,4 mln (2014: CHF 1'814,9 mln). A tale dinamica hanno contribuito soprattutto le assicurazioni veicoli a motore, che sono cresciute complessivamente del 2,7% su base annua. Inoltre CombiRisk Business, il nuovo prodotto lanciato in giugno che offre alle aziende più servizi e meno complessità nei contratti e nelle coperture, è stato molto ben accolto dai clienti. Nel contempo Allianz Suisse ha beneficiato di un andamento positivo della sinistrosità caratterizzato da un numero esiguo di eventi naturali e grandi sinistri che ha ridotto il combined ratio dell'1,5% all'89,5%, il livello minimo degli ultimi dieci anni (2014: 91,0%).

L'evoluzione positiva nel comparto Cose si è tradotta anche in un aumento considerevole dell'utile operativo, che si è portato a CHF 261,7 mln, con un aumento del 9,3% rispetto all'anno precedente (CHF 239,4 mln). A seguito di ammortamenti e realizzi da investimenti di capitale, l'utile di esercizio è calato lievemente dell'1,3% a CHF 192,1 mln (2014: 194,6 mln).

"Proprio nel comparto Cose l'anno scorso abbiamo compiuto importanti passi avanti, per quanto riguarda sia le innovazioni dei prodotti sia le iniziative rivolte alla digitalizzazione. Con la nostra nuova offensiva digitale che permette di ottenere una prima offerta indicativa per un'assicurazione veicoli a motore inserendo solo cinque dati, abbiamo ottenuto una posizione leader nel mercato e dato al cliente la possibilità di stipulare un'assicurazione in modo del tutto nuovo. Nel complesso siamo sulla buona strada", afferma Moser con convinzione.

Comparto vita: la prudenza resta d'obbligo

In considerazione dell'inasprimento sul fronte dei tassi in Svizzera, nel comparto vita continua ad essere assolutamente prioritario un approccio selettivo nelle nuove stipule. Nel 2015 la raccolta premi ha registrato una flessione del 2,3% portandosi a complessivi CHF 1'970,0 mln (2014: CHF 2'016,5 mln), distribuita in modo quasi omogeneo sul comparto vita individuale (-2,0%) e vita collettiva (-2,4%), concentrandosi sui contratti a premio unico. Per le nuove stipule puntiamo in particolare sui prodotti vita composti da una componente garantita selezionabile e da una componente di rendimento che garantiscano margini positivi anche nel caso in cui i tassi continuassero a rimanere bassi nel tempo. Alla fine del 2015, pertanto, la quota dei prodotti Balance Invest orientati al rendimento rispetto alle nuove stipule nel comparto vita individuale ammontava già a oltre il 66%.

In seguito al rafforzamento delle riserve per interessi dopo la decisione della BNS, l'utile operativo nel comparto vita è diminuito del 20,3% a CHF 80,1 mln (2014: CHF 100,6 mln), mentre l'utile di esercizio è calato del 17,8% a CHF 66,3 mln (2014: CHF 80,6 mln).

"La situazione attuale non fa prevedere un innalzamento dei tassi e una fine della volatilità sui mercati finanziari. Pertanto la stabilità del comparto e la sicurezza dei nostri clienti sono la nostra massima priorità": con queste parole Stefan Rapp, CFO di Allianz Suisse, riassume le sfide nel comparto vita, mettendo nel contempo in evidenza anche le opportunità che si delineano: "L'ulteriore abbassamento dei tassi previsto determinerà una diminuzione degli averi di vecchiaia rispetto alle attese. Tale situazione porterà a un accresciuto fabbisogno di prodotti di previdenza per colmare le lacune che si verranno a creare e ciò è per noi uno stimolo a mettere a punto soluzioni previdenziali interessanti per i nostri clienti", sottolinea Rapp. A titolo di esempio, Allianz Suisse ha deciso di fondare una fondazione collettiva semiautonoma per offrire soprattutto alle piccole e medie imprese (Pmi) soluzioni ritagliate sulle loro esigenze a condizioni interessanti.

Gruppo Allianz Suisse (dati aggregati IFRS¹⁾)

mIn CHF	2015	2014	Variazione % vs. anno prec.
Raccolta premi lorda gruppo	3'807.4	3'831.5	-0,6
Raccolta premi lorda Non Vita	1'837.4	1'814.9	1,2
Raccolta premi lorda statutaria Vita	1'970.0	2'016.5	-2,3
Premi netti introitati Non Vita	1'729.6	1'734.6	-0,3
Premi netti introitati Vita ²⁾	535.5	632.2	-15,3
Prestazione assicurativa per conto proprio ³⁾	1'648.7	1'732.5	-4,8
Spese per conto proprio	545.7	535.6	1,9
Utile da investimenti	511.1	545.6	-6,3
Risultato operativo	341.9	340.0	0,5
Utile	258.4	275.2	-6,1
Capitale proprio	2'272.7	2'445.0	-7,0
Combined ratio Non Vita	89,5%	91,0%	

1) Allianz Suisse Società di Assicurazioni SA, Allianz Suisse Società di Assicurazioni sulla Vita SA, CAP Compagnia d'Assicurazione di Protezione giuridica SA, Allianz Suisse Immobiliare SA, Quality1 AG, Euro Garantie AG

2) Dopo gli apporti derivati da prodotti FAS 97

3) Variazioni degli accantonamenti per sinistri incluse

Il presente comunicato stampa nonché altre informazioni per la stampa di Allianz Suisse sono consultabili sul nostro portale Internet all'indirizzo www.allianz.ch/news.

Per ulteriori informazioni

Comunicazione Allianz Suisse

Hans-Peter Nehmer, telefono: 058 358 88 01; e-mail: hanspeter.nehmer@allianz.ch

Bernd de Wall, telefono: 058 358 84 14; e-mail: bernd.dewall@allianz.ch

Breve profilo del Gruppo Allianz Suisse

Il Gruppo Allianz Suisse, con un volume dei premi di oltre 3,8 miliardi di CHF, è una delle compagnie d'assicurazione leader in Svizzera. Il Gruppo Allianz Suisse è composto da diverse società, tra queste: Allianz Suisse Società di Assicurazioni SA, Allianz Suisse Società di Assicurazioni sulla Vita SA, CAP Compagnia d'Assicurazione di Protezione Giuridica SA e Quality 1 AG. Il Gruppo Allianz Suisse opera nei settori assicurazione, previdenza e gestione patrimoniale, ha circa 3'500 dipendenti ed è parte del gruppo internazionale Allianz, presente in oltre 70 paesi distribuiti in tutti i continenti. Nel 2013 il Gruppo Allianz è stato nominato Super Sector Leader nell'indice di sostenibilità del Dow Jones (Dow Jones Sustainability Index, DJSI), una classifica molto autorevole a livello mondiale nella quale il Gruppo, dal 2000, figura regolarmente nelle primissime posizioni.

In Svizzera sono oltre 930'000 i privati e oltre 100'000 le aziende che si affidano, in ogni fase della loro esistenza, alla consulenza e ai prodotti assicurativo-previdenziali di Allianz Suisse. Una fitta rete di sedi ed agenzie (120 in tutto) garantisce peraltro una presenza capillare in ogni regione del paese.

Allianz Suisse è partner ufficiale della Croce Rossa Svizzera, di Swiss Paralympic e dello Swiss Economic Forum (SEF). Dalla stagione 2012/13 Allianz Suisse è sponsor della Swiss Football League.

Nota sulle indicazioni previsionali

Previsioni, supposizioni o affermazioni su avvenimenti futuri eventualmente contenute nel presente documento possono essere legate a rischi e variabili di natura nota e ignota. Gli eventi e gli sviluppi reali possono perciò discostarsi anche di molto da quanto indicato. Oltre che da altri motivi qui non riportati, tali scostamenti possono dipendere da mutazioni del quadro economico generale e concorrenziale, soprattutto nei settori di attività e sui mercati principali nei quali Allianz opera, da acquisizioni e successive fusioni societarie e infine da misure di ristrutturazione. Differenze possono risultare inoltre dall'entità e dalla frequenza dei casi assicurati, dai tassi di storno, dagli indici di mortalità e dalla diffusione di malattie; in particolare, nel settore bancario, dall'insolvenza dei beneficiari di crediti. Possono influire anche l'andamento dei mercati finanziari e dei tassi di cambio, nonché variazioni normative a livello nazionale e internazionale, soprattutto in materia fiscale. A incrementare la probabilità e l'entità degli scostamenti possono altresì concorrere eventuali attacchi terroristici e le relative conseguenze. Sulle situazioni qui esposte possono influire anche i rischi e le incognite descritti nei vari comunicati inviati da Allianz SE alla US Securities and Exchange Commission. La Società non assume in alcun modo l'impegno di aggiornare le informazioni riportate nella presente comunicazione.