

# Comunicato stampa

## Risultato operativo in aumento nei primi nove mesi dell'anno per il Gruppo Allianz Suisse

- Il risultato operativo del Gruppo Allianz Suisse raggiunge i 254.5 milioni di franchi, pari a +3.8% rispetto all'anno precedente
- La raccolta premi lorda sale a 3'397.3 milioni di franchi (+1.7%)
- Continua la crescita sostenuta dei premi nel ramo Vita (+4.7%)
- Migliora il combined ratio nel ramo Cose, che scende di 1.2 punti percentuali a 90.4%
- Cresce l'orientamento al cliente con l'introduzione di un programma di bonus e l'estensione di Balance Invest ai clienti più giovani

Wallisellen, 2 dicembre 2014 – Nei primi nove mesi del 2014, il Gruppo Allianz Suisse<sup>1</sup> ha registrato nuovamente solidi risultati. Nonostante una concorrenza ancora serrata, la raccolta premi lorda è aumentata dell'1.7% rispetto all'anno passato raggiungendo i 3'397.3 milioni di franchi, trainata ancora una volta dal ramo Vita, che ha registrato una crescita del 4.7%. Mentre i premi del ramo Cose sono calati dell'1.3% anche per via di effetti straordinari, il combined ratio (rapporto spese+sinistri/premi) ha messo a segno un ulteriore miglioramento. Nei primi nove mesi del 2014 il Gruppo Allianz Suisse ha quindi totalizzato un risultato operativo di 254.5 milioni di franchi, pari a +3.8% rispetto all'anno precedente.

"La nostra strategia, che punta su una crescita redditizia, sulla sicurezza finanziaria e su un orientamento coerente al cliente, si è rivelata vincente. Nonostante una concorrenza serrata e i bassi tassi di interesse, siamo riusciti a raggiungere nuovamente un risultato solido e a difendere la nostra leadership in Svizzera sul fronte dei costi grazie a processi efficienti. Tutto questo a vantaggio dei nostri clienti, perché ci consente di caricare meno costi sui prodotti", fa un bilancio Severin Moser, CEO di Allianz Suisse. "In termini economici generali, le sfide restano però impegnative, sia per quanto riguarda l'andamento dei tassi di interesse, sia per quanto riguarda la concorrenza sui prezzi. Per questo il prossimo anno intendiamo fidelizzare i nostri clienti, privati e aziende, con interessanti pacchetti di servizi in grado di rinsaldare ulteriormente la nostra competitività", anticipa Moser.

## **Ramo Cose: continua l'andamento positivo del combined ratio**

La raccolta premi lorda del ramo Cose di Allianz Suisse si è attestata nei primi tre trimestri del 2014 a 1'655.0 milioni di franchi (-1.3% rispetto all'anno precedente), anche per via di una politica di sottoscrizioni selettiva. D'altro canto, il ramo Cose ha beneficiato finora di un andamento positivo della sinistrosità, con un numero contenuto di sinistri per eventi naturali che ha permesso di ridurre di 1.2 punti percentuali il combined ratio, sceso ormai al 90.4%.

"Un aspetto molto positivo è dato dal fatto che progetti digitali come il portale clienti my.Allianz o il programma di bonus "AllPoints", un'iniziativa lanciata in autunno che rappresenta una novità assoluta nel panorama assicurativo svizzero, incontrano già un forte gradimento da parte dei clienti dopo pochissimo tempo. Anche in futuro continueremo a puntare sull'innovazione, sia a livello di prodotti che di servizi, perché il comportamento dei clienti cambia con estrema rapidità", afferma convinto Moser. "Oltre che nell'offerta di prezzi, prodotti e servizi interessanti, la chiave per un'ulteriore crescita sta soprattutto nella fidelizzazione dei clienti attraverso tutti i canali di vendita ed è su questo che intendiamo concentrarci."

Nel complesso, il ramo Cose ha registrato nei primi nove mesi dell'anno una crescita del risultato operativo del 4.7%, pari a 180.1 milioni di franchi.

## **Ricavi stabili nel ramo Vita**

Secondo le stime di Allianz Suisse, i tassi di interesse si manterranno bassi anche il prossimo anno. Ciò nonostante, l'azienda intende continuare a offrire ai propri clienti un'interessante remunerazione complessiva nel ramo Vita individuale e Vita collettiva grazie a una solida capitalizzazione, a una strategia di investimento sostenibile e a prodotti competitivi. Una politica commerciale che si è dimostrata valida, a giudicare dall'incremento del 4.7% registrato dalla raccolta premi del comparto Vita nei primi nove mesi dell'anno (1'742.3 milioni di franchi). Motore principale della crescita è stato il ramo Vita collettiva, con 1'467.5 milioni di franchi (+5.8%).

Nel ramo Vita individuale, la raccolta premi è calata dello 0.7% raggiungendo i 274.7 milioni di franchi, un dato che alla luce dei bassi tassi di interesse si conferma in linea con le aspettative, precisa Stefan Rapp, CFO di Allianz Suisse: "Ci concentriamo su polizze fortemente vantaggiose per il cliente e al tempo stesso adeguate per noi." I clienti richiedono sempre di più prodotti in grado di coniugare sicurezza e opportunità di rendimento, come Balance Invest, già responsabile di oltre il 50% delle nuove stipule. Sulla scia di questo successo si colloca anche il nuovo prodotto "Balance Invest Youngster", che si rivolge principalmente ai clienti fino ai 30 anni di età. "La previdenza privata assume sempre più centralità, anche e soprattutto tra i giovani, dove c'è un potenziale molto promettente", afferma Rapp.

Il ramo Vita ha evidenziato una situazione stabile per quanto riguarda i ricavi: il risultato operativo ha raggiunto i 74.4 milioni di franchi, ossia +1.6% rispetto all'anno precedente.

## Gruppo Allianz Suisse (dati aggregati IFRS <sup>1)</sup>)

mIn CHF	09/2014	09/2013	Variazione vs. anno prec. in %
Raccolta premi lorda Non vita	1'655.0	1'677.3	-1.3
Raccolta premi lorda statutaria Vita	1'742.3	1'664.0	4.7
Premi netti incassati Non Vita	1'306.9	1'311.9	-0.4
Premi netti incassati Vita <sup>2</sup>	521.6	485.5	7.4
Prestazioni assicurative per conto proprio	1'313.7	1'327.6	-1.0
Spese per conto proprio	399.1	401.4	-0.6
Risultato degli investimenti di capitale	409.0	415.0	-1.4
Risultato operativo	254.5	245.1	3.8
Utile	204.5	195.4	4.6
Capitale proprio	2'322.5	2'285.4	1.6
Combined ratio Non Vita	90.4%	91.6%	-1.2% p.p.

- 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](http://www.allianz.ch/news).

### Per ulteriori informazioni

Comunicazione Allianz Suisse

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

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

### Breve profilo del Gruppo Allianz Suisse

Con una raccolta premi di oltre 3.8 miliardi di franchi, il Gruppo Allianz Suisse è fra le principali compagnie assicurative 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.