

Comunicato stampa

Nuovo esercizio saldamente positivo per Allianz Suisse

- Cresce del 4.3% il volume premi totale, che raggiunge i CHF 3884.9 mln.
- L'utile operativo aumenta del 5.2% (CHF 360.3 mln.) anche grazie ai minori oneri per sinistri connessi a eventi naturali.
- Scende di 1.2 punti percentuali il rapporto tra spese e premi (combined ratio).
- Sale a CHF 1873.5 mln. (+8.8%) la raccolta premi nel comparto Vita.
- Il rating AA conferma la validità dell'orientamento strategico.
- Cresce ancora la soddisfazione dei clienti.

Wallisellen, 6 marzo 2020 – Anche l'anno scorso il Gruppo Allianz Suisse si è dimostrato in ottima salute, aumentando i premi e gli utili nonché la soddisfazione dei clienti. Il volume premi complessivo del Gruppo Allianz Suisse è cresciuto del 4.3% arrivando a quota CHF 3884.9 mln. (anno precedente: CHF 3723.3 mln.). A questo aumento dei premi ha contribuito soprattutto il ramo Vita collettiva. Con CHF 2011.4 mln. il ramo Cose è cresciuto dello 0.5% consolidandosi a un livello elevato (anno precedente: 2000.9 mln.). L'utile operativo ha beneficiato di un altro anno caratterizzato da pochi eventi naturali ed è aumentato del 5.2% arrivando a CHF 360.3 mln. (anno precedente: CHF 342.6 mln.). L'utile d'esercizio, pari a CHF 294.4 mln., è cresciuto dell'8.1%, ovvero più del risultato operativo, e questo per via degli effetti straordinari della riforma fiscale svizzera (anno precedente: CHF 272.4 mln.).

«In un contesto difficile, da anni continuiamo a registrare buoni risultati. Il 2019 non fa eccezione, sia in termini di crescita che di redditività», ha dichiarato Severin Moser, CEO di Allianz Suisse, commentando il risultato d'esercizio. «Ma quello che più mi dà soddisfazione è che la nostra strategia di concentrarci sempre sulla soddisfazione dei clienti sta dando i suoi frutti. Ad esempio, secondo i sondaggi condotti nel settore (Net Promoter Score), siamo al primo posto nel ramo Vita e abbiamo raggiunto un ottimo secondo posto nel comparto Cose. Questo ci motiva e allo stesso tempo ci impegna a dare anche in futuro ai nostri clienti un servizio eccellente e prodotti moderni. Nel complesso, abbiamo fatto un altro passo avanti verso il raggiungimento dei nostri obiettivi strategici».

A conferma di tutto questo, l'agenzia di rating internazionale S&P Global Ratings ha migliorato il rating di Allianz Suisse, portandolo da AA- ad AA: il risultato migliore tra gli assicuratori svizzeri. «È un segnale forte per il mercato. Con la nostra solida dotazione di capitale, anche in futuro continueremo ad essere, sia per i clienti privati che per le aziende, un partner affidabile che affronta e sostiene le sfide», ha continuato Moser.

Consolidamento dell'alto livello raggiunto nel ramo Cose

Con una crescita del volume premi dello 0.5%, il comparto Cose ha raggiunto i CHF 2001.4 mln. (anno precedente: 2000.9 mln.), consolidando così l'ottimo livello raggiunto. A questa crescita hanno contribuito soprattutto gli affari nel segmento Aziende. Anche nell'assicurazione di protezione giuridica è stato registrato un aumento: l'integrazione di DAS Assicurazione di protezione giuridica Svizzera, acquisita nel 2018, è stata completata con successo, e ora CAP, la società affiliata del Gruppo Allianz Suisse, è uno dei tre principali operatori del settore in Svizzera.

Il miglioramento dei processi di gestione dei sinistri e il numero limitato di danni da eventi naturali nel corso dell'anno hanno avuto un effetto positivo sul combined ratio, che è sceso di 1.2 punti percentuali al 90.5%. «Soprattutto nel difficile comparto dell'indennità giornaliera per malattia siamo riusciti a tornare sulla via della crescita e della redditività con un netto aumento del volume premi», afferma Moser. «Anche il combined ratio si sta muovendo da due anni nella giusta direzione».

Grazie al miglioramento del rapporto tra spese e premi, al quale hanno contribuito anche gli effetti positivi dell'integrazione di DAS, l'utile operativo nel ramo Cose è aumentato dell'8.5% arrivando a CHF 245.9 mln. (anno precedente: CHF 226.6 mln.).

Potenziale di crescita nel ramo Vita

Nel ramo Vita, i parametri sono rimasti invariati anche lo scorso anno, con i bassi tassi di interesse e lo stallo nella riforma del 1° e 2° pilastro. In questo contesto, Allianz è stata in grado di aumentare il volume premi dell'8.8%, raggiungendo CHF 1873.5 mln. (anno precedente: CHF 1722.4 mln.). L'aumento dei premi è attribuibile principalmente alla nuova produzione nel ramo Vita collettiva, che ha compensato i contratti persi. «Siamo tra i pochi operatori sul mercato svizzero a offrire la copertura assicurativa completa, così importante soprattutto per le piccole e medie imprese», sottolinea Stefan Rapp, CFO di Allianz Suisse.

In considerazione dei cambiamenti demografici e della situazione ancora incerta sul fronte della previdenza per la vecchiaia, il Chief Financial Officer vede buone opportunità di crescita anche nel settore Vita individuale. I premi da nuova produzione nel 2019, ad esempio, sono cresciuti di una percentuale a due cifre. «Il nostro obiettivo è dare ancora maggior spazio al tema della previdenza per la vecchiaia, rafforzando le competenze delle agenzie generali in un ambito complesso come questo, che richiede molto sul fronte della consulenza», afferma

Rapp. Allianz Suisse, inoltre, mira ad offrire ai suoi clienti prodotti previdenziali flessibili, efficienti dal punto di vista del capitale e con buone opportunità di rendimento pur in un contesto di bassi tassi d'interesse. «La domanda di Flex Saving, il prodotto lanciato lo scorso anno che combina risparmio flessibile e protezione dai rischi propria delle polizze vita, ha superato di gran lunga le nostre aspettative. È evidente, quindi, che il fabbisogno di previdenza privata è grande e noi vogliamo sfruttare le opportunità che si presentano», conclude Rapp.

In considerazione del peggioramento dei tassi d'interesse, l'anno scorso Allianz Suisse ha ulteriormente rafforzato le riserve per le garanzie sui tassi. L'utile operativo nel ramo Vita, pari a CHF 114.4 mln. è in linea con quello dell'anno precedente (CHF 116.0 mln.).

Gruppo Allianz Suisse (dati aggregati IFRS¹⁾)

Milioni di CHF	2019	2018	Variazione rispetto anno prec. in %
Raccolta premi lorda Gruppo	3 884.9	3 723.3	4.3
Raccolta premi lorda Non Vita	2 011.4	2'000.9	0.5
Raccolta premi lorda statutaria Vita	1 873,5	1'722,4	8.8
Premi netti incassati Non Vita	1 925.3	1 918.2	0.4
Premi netti incassati Vita	454.6	460.2	-1.2
Prestazione assicurativa per conto proprio	1 744.8	1 747.8	-0.2
Spese per conto proprio	571.6	599.0	-4.6
Risultato degli investimenti	418.9	423.2	-1.0
Risultato operativo	360.3	342.6	5.2
Utile di esercizio	294.4	272.4	8.1
Capitale proprio	2 385.5	2 135.2	11.7
Combined ratio Non Vita	90.5%	91,7%	-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, Elvia eInvest AG, Allianz Technology AG

Per ulteriori informazioni

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 un milione 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 (circa 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). Inoltre è title sponsor dell'evento nazionale «Giornata del cinema Allianz» e dà il proprio nome alle manifestazioni Allianz Cinema di Zurigo, Basilea e Ginevra.

Nota sulle indicazioni previsionali

Previsioni, aspettative o affermazioni relative al futuro eventualmente espresse 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 ipotizzato. 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.