

# Comunicato stampa

## Risultati del primo semestre: Allianz Suisse si mostra solida nella crisi legata al Coronavirus

- La raccolta premi nel ramo Cose aumenta dell'1% nonostante il quadro difficile legato al Coronavirus; il ramo Vita individuale cresce leggermente, mentre il ramo Vita collettiva subisce una flessione come conseguenza dei fattori straordinari dell'anno precedente
- L'utile operativo si colloca, con CHF 192.6 mln., al livello dell'anno precedente
- Cresce del 5.3% l'utile semestrale arrivando a CHF 158.2 mln. a seguito del venir meno dei costi della ormai completata l'integrazione di DAS e anche grazie ad alcuni effetti a livello fiscale
- Livello di servizio e soddisfazione dei clienti restano elevati nonostante il lavoro in home office

**Wallisellen, 25 agosto 2020 – Nonostante le difficili condizioni legate al Coronavirus, il Gruppo Allianz Suisse ha dato prova di efficienza e chiude il semestre con un risultato forte. L'utile operativo, con CHF 192.6, è rimasto al livello dell'anno precedente (CHF 192.5 mln.). Con il venir meno dei costi relativi alla ormai conclusa integrazione con DAS e anche grazie ad alcuni positivi effetti a livello fiscale, l'utile semestrale cresce del 5.3%, arrivando a CHF 158.2 mln (anno precedente: CHF 150.2 mln.). La raccolta premi complessiva scende del 6% attestandosi a CHF 2 651.7 mln. soprattutto per l'esaurimento dei fattori straordinari del 2019 nel ramo Vita collettiva. Il ramo Cose ha invece fatto registrare un incremento dell'1.0% portandosi a CHF 1 477.9 mln. Cresce, anche a causa dei costi legati al Coronavirus, il combined ratio che si attesta al 90.9% (anno scorso: 89.9%).**

«La crisi legata al Coronavirus ci ha messi tutti a dura prova e continuerà a pesare. Date queste premesse possiamo dirci soddisfatti dell'utile semestrale, anche se questo fotografa solo un momento specifico e la situazione resta precaria. In particolare noto con soddisfazione che, nonostante molto più della metà dei nostri collaboratori lavori in home office, il livello di servizio e la soddisfazione dei clienti si siano mantenuti a un livello costantemente elevato. Possiamo inoltre ancora fare affidamento su un'elevata solidità finanziaria, che si fonda su una gestione del rischio lungimirante e che ci conferma partner affidabile per clienti privati e aziendali anche nella non favorevole congiuntura attuale. Si tratta di una buona base per uscire rafforzati dalla crisi», sottolinea Severin Moser, CEO di Allianz Suisse.

## **Ramo Cose: cresciamo nonostante la crisi**

Nonostante la crisi legata al Coronavirus, nel ramo Cose il volume premi è aumentato dell'1.0% arrivando a CHF 1 477.9 mln., e questo soprattutto grazie al comparto Aziende. Per contro, il periodo del lockdown e la relativa chiusura temporanea delle circa 130 filiali hanno avuto un impatto sui nuovi affari. Nemmeno aumentando il ricorso alle consulenze video e telefoniche siamo riusciti ad evitare una riduzione delle nuove stipule. La contrazione ha riguardato non solo il canale delle agenzie generali, ma anche tutti gli altri canali di vendita. Con l'allentamento delle restrizioni deciso dalla Confederazione e con il ritorno alla consulenza in presenza i valori relativi ai nuovi affari si sono nettamente ripresi. Va inoltre registrato il riscontro positivo ottenuto da prodotto «Drive», introdotto sotto il marchio diretto ELVIA. Drive è una nuova assicurazione auto che punta su semplicità e flessibilità.

Contenuti per Allianz Suisse gli oneri per sinistri legati al Covid-19. «Non offriamo assicurazioni per epidemie o pandemie, non siamo attivi in questo campo. In questa situazione difficile ci siamo mostrati solidali con le Pmi e abbiamo accordato importanti facilitazioni di pagamento e proroghe o riduzioni dei canoni di affitto», tiene a sottolineare Moser. Va inoltre aggiunto che finora non ci sono stati eventi naturali di particolare gravità. «Gli effetti positivi e negativi del Covid-19 sugli oneri per sinistri si equilibreranno nei dati annuali, a meno di una seconda ondata della pandemia», afferma Moser. Per quanto riguarda il comparto veicoli a motore, durante il lockdown il numero dei sinistri è diminuito, anche se la tendenza si è già invertita con il cambio di comportamento in termini di mobilità. Il combined ratio (rapporto tra oneri per sinistri/costi e premi) è cresciuto di un punto percentuale attestandosi al 90.9%. L'utile operativo nel ramo Cose, pari a CHF 134.9 mln., è esattamente in linea con quello dell'anno precedente.

## **Ramo Vita: ritorno alla normalità per le assicurazioni complete**

L'anno scorso il comparto Vita collettiva ha beneficiato dell'uscita dal business di un concorrente e della conseguente maggiore richiesta di assicurazioni complete. Una volta venuto meno questo fattore straordinario, nel primo semestre il volume complessivo dei premi nel ramo Vita ha subito una contrazione del 13.6% portandosi a quota CHF 1 173.7 mln. (anno precedente: CHF 1 357.8 mln.). L'interesse delle Pmi per le assicurazioni complete rimane alto: «Proprio in questi tempi incerti, con mercati finanziari volatili, le aziende puntano sulla sicurezza finanziaria. E proprio in questo contesto l'assicurazione completa può sfruttare i suoi punti forti, in quanto siamo noi ad assumerci i rischi», sottolinea Stefan Rapp, CFO di Allianz Suisse. Il potenziale quindi resta elevato.

Lo stesso vale per il comparto Vita individuale, che con un aumento della raccolta premi dello 0.3% arriva a CHF 180.0 mln. «L'attuale crisi, insieme alle questioni non risolte concernenti la riforma della previdenza per la vecchiaia, mostra a tutti ancora una volta quanto sia necessaria una previdenza privata. Per i clienti abbiamo a disposizione prodotti interessanti e flessibili che possono mitigare le loro preoccupazioni per il futuro. Proprio il prodotto Flex Saving, lanciato l'anno scorso, che consente di risparmiare con la massima libertà e di

beneficiare al tempo stesso della tutela propria di un'assicurazione sulla vita, resta un unicum in termini di flessibilità sul mercato svizzero», afferma Rapp.

L'utile operativo del ramo Vita, attestatosi a CHF 57.7 mln., è anch'esso in linea con quello dell'anno precedente (CHF 57.6 mln.).

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

In mln. di CHF	06/2020	06/2019	Variazione % rispetto anno prec.
Raccolta premi lorda Gruppo	2 651.7	2 821.7	-6.0
Raccolta premi lorda Non Vita	1 477.9	1 463.9	1.0
Raccolta premi lorda statutaria Vita	1 173.7	1 357.8	-13.6
Premi incassati Gruppo	1 259.4	1 255.5	0.3
Prestazione assicurativa per conto proprio	-903.6	-879.6	2.7
Altre riserve attuariali e altro	-49.0	-121.3	-59.6
Spese per conto proprio	-291.2	-284.2	2.4
Risultato operativo degli investimenti	177.0	222.2	-20.4
Risultato operativo	192.6	192.5	0.0
Utile	158.2	150.2	5.3
Combined ratio Non Vita	90.9 %	89.9 %	+1.0 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, DAS Svizzera

#### Per ulteriori informazioni

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

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 130 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.