

Comunicato stampa

Risultato d'esercizio di Allianz Suisse: affari stabili ed elevata soddisfazione dei clienti

- Nel ramo Cose la raccolta premi aumenta dello 0.4% nonostante il contesto difficile a causa della pandemia.
- In controtendenza il ramo Vita individuale, dove la raccolta premi cresce dello 0.6%; calo invece del 13.7% nel ramo Vita collettiva per il venir meno dell'effetto straordinario dell'anno precedente.
- L'utile operativo aumenta dello 0.5% portandosi a CHF 366.6 mln.
- La pandemia ha effetti sia positivi sia negativi che, a livello di sinistri, si equilibrano.
- Confermati i valori top in termini di soddisfazione dei clienti nei rami Cose e Vita nonostante l'home office forzato.

Wallisellen, 17 marzo 2021 – Grazie a un portafoglio di attività ben diversificato, canali di distribuzione forti e una gestione prudente di rischio e investimenti, il Gruppo Allianz Suisse riesce finora a superare bene la crisi legata al Coronavirus e può guardare con soddisfazione allo scorso esercizio. Se è vero che il volume totale dei premi diminuisce del 5.0% portandosi a CHF 3'690.3 mln., va osservato che ciò è dovuto principalmente al venir meno degli effetti straordinari avuti l'anno precedente nel ramo Vita collettiva. Nei due rami Cose e Vita individuale, Allianz Suisse riesce a recuperare il ritardo nonostante il lockdown di primavera e la chiusura temporanea delle agenzie ai clienti, arrivando persino ad aumentare leggermente il volume dei premi nel corso dell'anno. A causa della pressione legata al Coronavirus, il combined ratio aumenta di 0.6 punti percentuali raggiungendo il 91.1%. Si conferma a un buon livello l'utile operativo di Allianz Suisse: CHF 366.3 mln. (+1.7% rispetto all'anno precedente).

Severin Moser, CEO di Allianz Suisse: «L'anno scorso è stato dominato dal Coronavirus ed è stato molto stressante sia per i clienti che per i nostri collaboratori. Considerando le condizioni estremamente difficili, sono molto soddisfatto di ciò che abbiamo raggiunto. Almeno finora, abbiamo superato bene la crisi grazie al portafoglio di attività ben diversificato, a canali di distribuzione forti, a una gestione prudente di rischio e investimenti e alla nostra solidità finanziaria. Per fare un esempio, il nostro servizio esterno ha colmato il

ritardo dopo il lockdown e, in chiusura d'anno, è riuscito a portare a casa un ottimo pacchetto di contratti con privati e aziende, e tutto questo grazie al fattore motivazionale e alla passione. In particolare noto con soddisfazione che nonostante lavoriamo per lo più in home office, siamo riusciti a consolidare i nostri posti di vertice nei sondaggi di settore che misurano la soddisfazione dei clienti (Net Promoter Score). Partendo da questi fatti, sono fiducioso che usciremo più forti dalla crisi. Ora possiamo solo sperare che con il diffondersi della vaccinazione la Svizzera vedrà anche una rapida ripresa economica».

Ramo Cose: gli effetti positivi e negativi si bilanciano a vicenda

Nell'esercizio scorso il ramo Cose è cresciuto leggermente, con un aumento della raccolta premi dello 0.4% (CHF 2'019.1 mln; anno precedente: 2'011.4 mln.) nonostante le difficili condizioni causate dalla pandemia. A questo aumento ha contribuito soprattutto il comparto Aziende. Il volume premi riferito all'assicurazione veicoli a motore – ramo tradizionalmente con una raccolta premi massiccia – sono rimasti stabili a un livello elevato. «Proprio in un ramo per noi importante come questo, nel 2021 daremo ampio spazio sul mercato alla nostra nuova assicurazione DRIVE, lanciata a maggio 2020 tramite il nostro assicuratore diretto ELVIA. Si tratta di un prodotto flessibile che permetterà di individualizzare maggiormente le offerte e che avrà tariffe attraenti. Ma anche il comparto Aziende rimane un importante focus strategico» continua Moser con un occhio al futuro.

Per quanto riguarda gli oneri da sinistri legati al Coronavirus, per Allianz Suisse sono stati fortunatamente contenuti dato che non offriamo assicurazioni per epidemie o pandemie. Per converso è aumentato soprattutto il volume delle prestazioni erogate per l'indennità giornaliera di malattia. Nel complesso gli effetti positivi e negativi del Coronavirus si sono compensati, con un loss ratio del 67.6% quasi al livello dello stesso periodo dell'anno precedente (+0.3 punti percentuali). Stesso aumento anche per la quota costi, che è salita al 23.5% per gli oneri legati al Coronavirus. In totale il rapporto sinistri/costi (combined ratio) è risultato pari al 91.1% (anno precedente: 90.5%). Grazie al buon risultato degli investimenti di capitale in un contesto finanziario volatile, anche questi effetti sono stati compensati, con un aumento dell'utile operativo del 2.1% (CHF 251.1 mln.; anno precedente: 245.9 mln.).

Sfruttare il potenziale nel ramo Vita

Anche il ramo Vita ha avvertito una certa esitazione da parte dei clienti durante il lockdown. Tuttavia proprio il Coronavirus e i problemi tuttora irrisolti a livello di 1° e 2° pilastro hanno messo in evidenza la necessità di provvedere per la vecchiaia con soluzioni private. Questo spiega perché il ramo Vita individuale è leggermente cresciuto dello 0.6% portandosi a CHF 378.1 mln. (anno precedente: 375.8 milioni), in controtendenza rispetto all'andamento negativo del mercato (-3.5% secondo l'ASA). «Aumenta il potenziale futuro di vendita delle nostre soluzioni per la previdenza. In questo puntiamo su prodotti flessibili e quindi adattabili alle necessità dei clienti» ha dichiarato Stefan Rapp, CFO di Allianz Suisse.

Dopo il venir meno dell'effetto straordinario dell'anno precedente, il ramo Vita collettiva ha registrato un calo del 13.7% della raccolta premi, che si assesta a CHF 1'293.2 mln. (anno precedente: CHF 1'497.8 mln), in linea con le aspettative. Ciononostante è risultato chiaramente che i clienti aziendali apprezzano la sicurezza e le garanzie dell'assicurazione completa, specialmente in tempo di crisi, con una domanda che rimane alta soprattutto tra le Pmi. «Siamo convinti sostenitori dell'assicurazione completa, ramo in cui, grazie alla nostra forza finanziaria, ci collochiamo come partner degno di fiducia» ha dichiarato Stefan Rapp.

Complessivamente, il volume premi del ramo Vita è stato di CHF 1'671.2 mln., con un calo del 10.8% (anno precedente: CHF 1'873.5 mln.) causato del venir meno degli effetti straordinari. Con CHF 115.4 mln. l'utile operativo ha superato dello 0.9% il valore dell'anno precedente (CHF 114.4 mln.).

Gruppo Allianz Suisse (dati aggregati IFRS¹⁾)

in mln. CHF	2020	2019	Variazione rispetto anno prec. in %
Raccolta premi lorda Gruppo	3 690.3	3 884.9	-5.0
Raccolta premi lorda Non Vita	2 019.1	2 011.4	0.4
Raccolta premi lorda statutaria Vita	1 671.2	1 873.5	-10.8
Premi guadagnati Gruppo	2 385.5	2 379.9	0.2
Prestazioni e accantonamenti assicurativi e altro	1 819.5	1 866.3	-2.5
Costi	592.6	571.6	3.7
Risultato operativo degli investimenti	393.2	418.3	-6.0
Risultato operativo	366.6	360.3	1.7
Utile annuale	304.4	294.4	3.4
Combined ratio Non Vita	91.1%	90.5%	+0.6 pt. perc.

- 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 e-invest AG,
Allianz Technology SA

Per maggiori 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 3.6 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 3'600 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.