

# Comunicato Stampa



## Aviva Italia chiude il 2018 con una crescita a doppia cifra<sup>1</sup>. Il business Vita registra i risultati migliori di sempre

<b>Utile Operativo</b>	■ In aumento a €200 milioni (+ 17% vs FY17)
<b>Asset Under Management</b>	■ In crescita a €27,7 miliardi (+9% vs FY17)
<b>Vita</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Il Valore del New Business (VNB) sale a quota €252 milioni (+36% vs FY17)</li> <li>■ Il Valore attuale dei premi di nuova produzione (PVNBP) cresce a €7,1 miliardi (+37% vs FY17)</li> </ul>
<b>Danni</b>	■ Il COR migliora a 95,1% (FY17 98,1%)

7 marzo 2019 - Il Gruppo Aviva in Italia ha chiuso il 2018 con una crescita del **17%** dell'**utile operativo** che si attesta a €200 milioni (FY17 €172 milioni). Risultato positivo anche in termini di Asset Under Management che hanno registrato un incremento del 9% rispetto allo scorso anno, raggiungendo i €27,7 miliardi.

Il ramo **Vita** ha registrato i migliori risultati di sempre con una crescita significativa sia nel valore della nuova produzione che nella raccolta. Nello specifico, il **Valore del New Business** è cresciuto del **36%** rispetto al 2017, salendo a quota €252 milioni (FY17 €185 milioni). Il **New Business Margin** è rimasto stabile a 3,6%, mentre il **Valore Attuale dei Premi di Nuova Produzione** (PVNBP) ha registrato un aumento del 37% attestandosi a €7,1 miliardi (FY17 €5,2 miliardi). La **raccolta netta** è pari a €4 miliardi, in crescita del 48% rispetto al 2017 (FY17 €2,7 miliardi).

La crescita è trainata dai prodotti multiramo che hanno registrato a fine 2018 un incremento del 161% rispetto al 2017 confermando così il loro ruolo di prodotto di punta dell'offerta di Aviva (più del 40% del totale del nuovo business vita). Alla base del successo dei prodotti ibridi vi è sicuramente il rendimento delle gestioni separate, ma anche l'offerta di fondi selezionati tra le migliori fund house del mercato e l'aggiunta di garanzie opzionali per la protezione di persone e beni. Il 2018 si è contraddistinto anche per una forte diversificazione dei canali di distribuzione, con un volume di nuova produzione nel canale non bancario superiore al 40%.

Nel segmento **Danni** cresce la profittabilità del portafoglio con un **Combined Operating Ratio** (COR) in miglioramento di +3 pp (95,1% vs 98,1% FY17). La **Raccolta Premi** (NWP) si attesta a quota €358 milioni in calo

<sup>1</sup> Tutti i dati sono da intendersi al netto di quelli conseguiti dalla società Avipop Assicurazioni S.p.a., la joint venture italiana tra Aviva e Banco BPM S.p.A. terminata in data 29 marzo 2018.

del 7% rispetto al 2017 (FY17 €384 milioni), ma con un miglioramento della profittabilità conseguito grazie a iniziative mirate sul portafoglio auto e a un ribilanciamento del mix di prodotto verso i Rami Elementari.

*"Il 2018 ci ha visti alle prese con mercati finanziari molto sfidanti, ma questo non ci ha impedito di raggiungere risultati operativi brillanti - commenta **Ignacio Izquierdo, CEO di Aviva in Italia.***

*La strategia di diversificare i canali distributivi ha dato i suoi frutti portando i migliori risultati di sempre nel business Vita. Il ramo Danni ci ha visti ancora impegnati a ribilanciare il mix di prodotto e gli investimenti che stiamo facendo in termini di innovazione e semplificazione dell'offerta, ci fanno guardare al futuro con fiducia".*

## **CUSTOMER DIGITAL REVOLUTION**

Le necessità del Cliente rappresentano una chiara priorità per Aviva che nel 2018 ha investito significativamente per migliorare ancora di più la **"customer experience"** di chi si affida ogni giorno alla Compagnia. In questa direzione si colloca la partnership, avviata lo scorso settembre, con Guidewire Software Inc., software company americana specializzata in soluzioni tecnologiche dedicate al mondo assicurativo; in soli 6 mesi questo accordo ha permesso la realizzazione di una polizza on demand da attivare in base alle proprie esigenze. AvivaPlus e AvivaPlus Business, lanciati a inizio 2019, puntano a offrire al cliente digitalizzazione, semplicità e flessibilità con l'obiettivo di elevare gli standard qualitativi e soddisfare le aspettative di servizio cui le web company hanno abituato i consumatori.

Per conoscere i risultati di Aviva plc, visitare: <https://www.aviva.com/newsroom/news-releases/2019/03/FY2018-results-announcement>

## **NOTE PER I REDATTORI**

### **Chi è Aviva**

#### **Solidità, Semplicità, Innovazione: le 3 parole chiave**

- **Solidità:** Con oltre 300 anni di storia e 33 milioni di clienti in 15 Paesi, Aviva è uno dei principali gruppi assicurativi al mondo. In Italia Aviva ha una capillare presenza sul territorio, grazie a oltre 500 agenzie plurimandatarie, consulenti finanziari e accordi con primari gruppi bancari italiani (come UBI Banca, Unicredit, Banca Popolare di Bari). Aviva Italia è un'azienda in crescita (utile operativo 2018 +17% vs FY17), con oltre 500 dipendenti.
- **Semplicità:** In un settore complesso e articolato, Aviva ha scelto la semplicità come codice base della relazione con i propri clienti, concretizzando questo impegno in soluzioni e comunicazioni chiare, trasparenti e immediate.
- **Innovazione:** Aviva investe sul futuro e sull'innovazione tecnologica "Fintech" per migliorare sempre più i rapporti con i clienti. Per questo, a livello mondiale, ha creato tre centri di eccellenza: i "Digital Garage" di Londra, Singapore e Toronto; e in Italia Aviva collabora con PoliHub, il centro-incubatore di start-up del Politecnico.