

Agenzia DIRE, 17 marzo: www.dire.it

ROMA – Il Consiglio di amministrazione del gruppo ha approvato i risultati consolidati al 31 dicembre 2016 di Groupama Sa e delle filiali francesi e internazionali, che evidenziano il ruolo chiave detenuto nello sviluppo internazionale da Groupama assicurazioni, la società italiana che conta circa 1.000 agenti e oltre 1,6 milioni di clienti. La raccolta premi complessiva si attesta a 1.456,5 milioni di euro ed evidenzia una riduzione dei premi nei comparti Gestioni separate Vita e RCA e un forte sviluppo sui comparti a maggiore redditività Unit-Linked e Danni non auto, sui quali è stata indirizzata la nuova produzione. Il giro d'affari Vita chiude infatti il 2016 a 396,3 milioni di euro con un calo del 23%, in linea con la strategia di controllo della raccolta nelle Gestioni separate. Va evidenziato il significativo miglioramento del business mix dell'area Risparmio, grazie anche ad una raccolta Unit-Linked di 61,4 milioni di euro (+54% rispetto al 2015), frutto del forte engagement della rete agenziale. Molto buoni anche i risultati conseguiti nell'area 'Protection', in crescita del 13% rispetto all'anno precedente, con un significativo contributo del canale bancassurance.

La raccolta Danni, nonostante la difficile situazione di mercato, in particolare quello dell'assicurazione Auto, resta invece pressoché stabile, passando da 1.086 milioni di euro a 1.060 milioni di euro (-2%), evidenziando anche in questo settore il miglioramento del Business mix a favore dei Rami Non auto, per il quarto anno consecutivo. A tal proposito va evidenziata l'ottima performance del Non auto, che passa da 340 milioni di euro a 351,5 milioni di euro, con una crescita del 3,2%, superiore a quella del mercato, in particolare nei settori Abitazione, Imprese e Infortuni. Per quanto riguarda il settore Auto, la raccolta premi passa da 746,3 milioni di euro a 708,9 milioni di euro, con una riduzione del 5%, inferiore a quella dello scorso anno. Al contempo si evidenzia una ripresa del portafoglio, che torna a crescere in numero di pezzi (+12,1%) ed evidenzia una ottima performance sui prodotti telematici, che nel 2016 sono passati dal 9% al 22% del Portafoglio Autovetture, confermando la validità della strategia di sviluppo telematics di Groupama assicurazioni, il primo player italiano per velocità di crescita su questo mercato e il secondo per tasso di penetrazione tra le compagnie tradizionali. Sul fronte della Redditività, il Combined Ratio Danni, nonostante la riduzione della frequenza e del costo medio dei sinistri di massa, passa da 95,7% a 100,3%, a causa dell'eccezionalità degli eventi catastrofici (terremoto) registrati nel corso dell'anno e del significativo aumento dei sinistri gravi Auto che le fonti Istat indicano comune a tutto il mercato.

La Redditività Vita risulta in netto miglioramento e il New Business Value evidenzia una forte crescita del 41% rispetto allo scorso anno. Il margine finanziario passa da 74,1 a 75,8 milioni di euro, migliorando del 2,3% e confermando la validità della politica di de-risking effettuata dalla compagnia. L'Utile netto, si attesta a 33,5 milioni di euro, rispetto a 32,1 milioni dello scorso anno, in crescita del 4,4%. Per Yuri Narozniak, direttore generale, "il 2016 – al netto degli eventi catastrofici eccezionali che lo hanno caratterizzato – conferma la pertinenza delle azioni avviate dal 2015 per rinforzare la solidità tecnica della compagnia, in un mercato sempre più competitivo. Ad una gestione operativa efficiente si affiancano importanti investimenti in innovazione digitale, sostenuti anche dal gruppo, che ci consentono di lanciare sul mercato innovativi servizi e portano significativi benefici per la nostra rete agenziale e i nostri clienti, ai quali offriamo una qualità del servizio riconosciuta tra le migliori del mercato". Charles de Tinguy, amministratore delegato di Groupama assicurazioni, ha commentato: "L'Italia è un mercato chiave per il nostro Gruppo, sia rispetto allo sviluppo internazionale di

cui costituisce oltre il 50% in termini di giro d'affari, sia rispetto alla contribuzione al margine di Casa madre. Consolidiamo la nostra crescita per linee interne, stiamo procedendo all'apertura di nuove agenzie ed è sempre più riconosciuto da Casa madre il nostro contributo in termini di innovazione".