

## Genialloyd (Ras): nel 2002 primo bilancio in utile per 600 mila euro

- *Raccolta premi a 110,7 milioni di euro, in crescita del 60% rispetto al 2001*
- *Boom delle polizze online. Oltre 102 mila contratti stipulati su Internet con premi in progresso dell'83%*

Milano 29 gennaio 2003 - Genialloyd, la compagnia di vendita diretta del gruppo Ras, ha chiuso il 2002 con una raccolta premi di 110,7 milioni di euro, in crescita del 60% rispetto ai 69,2 milioni dell'esercizio precedente. Le polizze emesse nel 2002 sono state 269.000 di cui 38% acquisite online. Sul totale dei premi, la raccolta realizzata tramite Internet ha contribuito per 44,2 milioni di euro, con un aumento dell'83% rispetto ai 24,1 milioni del 2001. Il 2002 ha visto anche il raggiungimento di quota 102.900 polizze emesse online.

Dopo aver ottenuto un cash-flow positivo nel 2001, il conseguimento dell'utile di bilancio nel 2002 (per 600 mila euro dopo le imposte) rappresenta il punto di svolta nella storia di Genialloyd. "Siamo molto soddisfatti di aver investito nel '95 in una start up che si è trasformata in un raro caso di successo nel mondo delle Internet companies", ha detto Mario Greco, amministratore delegato di Ras. "Non solo abbiamo raddoppiato l'investimento iniziale ma abbiamo anche acquisito e consolidato negli anni la leadership nella vendita di polizze online" ha aggiunto Greco.

Per quanto concerne il mix di raccolta, i premi non RC Auto hanno rappresentato nel 2002 il 18,1% del totale dei premi emessi (17,8% nell'anno precedente). Lo sviluppo del portafoglio di Genialloyd con il raggiungimento di una maggiore massa critica e il conseguente miglioramento dei costi di acquisizione e spese generali (dal 24% del 2001 al 20,7% del 2002), hanno portato il combined ratio (rapporto tra premi, sinistri e oneri amministrativi) al 101,1%, rispetto al 114,1% del 2001. Si prevede che il miglioramento della redditività del business prosegua a ritmi sostenuti, considerati i minori costi tipici del canale diretto (Internet e telefono), il costante aumento del portafoglio e, all'interno di questo, del numero di clienti "storici", per i quali non vi sono le maggiori spese che caratterizzano l'acquisizione di nuovi assicurati.

"L'impegno mostrato da tutti in questi anni ha dato i suoi frutti", ha dichiarato Alessandro Santoliquido, amministratore delegato di Genialloyd. "I risultati conseguiti in termini di redditività - ha aggiunto- consentiranno di trasferire ai nostri clienti benefici sotto forma di costi sempre più competitivi e un servizio sempre più efficiente. Un aspetto, quest'ultimo, a cui siamo particolarmente sensibili, come dimostra il riconoscimento per il secondo anno consecutivo a Genialloyd del premio Databank come migliore compagnia di assicurazione per soddisfazione del cliente". L'interesse per l'offerta Genialloyd è stato dimostrato nel 2002 da 3,5 milioni di accessi al sito ([www.genialloyd.it](http://www.genialloyd.it)), con un incremento del 37% rispetto ai 2,5 milioni dell'anno precedente. In crescita anche il numero dei preventivi on line: +24%, da 1,3 milioni a 1,6 milioni di richieste). Il numero delle telefonate gestite dai call center è stato di 1,3 milioni in crescita del 35,4% rispetto al 2001. La minore crescita dei preventivi rispetto ai contratti evidenzia una maggiore maturità dei clienti che sono

sempre più propensi a convertire il loro preventivo in una polizza, concludendo l'acquisto al telefono o via Internet.

**Nota sulle dichiarazioni previsionali relativa alla quotazione della controllante Allianz allo US Stock Exchange.** Alcune delle dichiarazioni riportate in questo testo potrebbero essere dichiarazioni di aspettative future e dati previsionali basati sull'attuale visione del management e presentano rischi noti e non noti che potrebbero far discostare i risultati, le *performance* e gli eventi da quanto esplicitamente o implicitamente contenuto in tali dichiarazioni. Oltre alle espressioni che risultano previsionali in ragione del contesto in cui sono collocate, le parole quali "*potrebbe, sarà, dovrebbe, ci si aspetta, si prevede, si ritiene, si crede, è stimato, potenzialmente e così via*", caratterizzano dichiarazioni di tipo previsionale. I risultati, gli eventi e le performance potrebbero discostarsi considerevolmente da tali previsioni in considerazione, senza limitazioni, di (i) condizioni economiche generali, tra le quali in particolare le condizioni economiche delle aree di business e dei mercati in cui operano Ras e la controllante Allianz, (ii) *performance* dei mercati finanziari, mercati emergenti inclusi, (iii) frequenza ed entità dei sinistri, (iv) tassi e tendenze di mortalità e morbilità, (v) livelli di persistenza, (vi) livello dei tassi di interesse, (vii) tassi di cambio, incluso il cambio euro-dollaro, (viii) mutamenti nei livelli della concorrenza, (ix) cambiamenti delle leggi e dei regolamenti, inclusa la convergenza monetaria e l'Unione Monetaria Europea, (x) cambiamenti nelle politiche delle banche centrali, (xi) impatto dell'acquisizione di Dresdner Bank, attualmente in attesa di formalizzazione, incluso il temi della relativa integrazione e (xii) fattori generali di competitività su base locale, regionale, nazionale e/o internazionale. Le dichiarazioni contenute nel presente comunicato sono inoltre soggette ai rischi e alle incertezze descritte di volta in volta nelle comunicazioni tra Allianz e la U.S. Securities and Exchange Commission. Allianz non si assume l'obbligo di aggiornare i dati previsionali contenuti in questo comunicato.

**Contatti:**

**Ufficio stampa Ras**

Andrea Falessi

Telefono 02 7216 2224

Annalisa Caccavale

Telefono 02 7216 7095