



Comunicato Stampa

Milano, 21 marzo 2022

AXA Italia: risultati eccellenti con utile netto a 328 milioni (+19%) e forte crescita nei business strategici, anche grazie ad una decisiva spinta all'innovazione

- **Utile Netto a 328 milioni di euro, in aumento del 19% rispetto al 2020**
- **Raccolta Danni a 1,91 Miliardi (+3%), con forte crescita nei segmenti chiave: Salute (+11,4%) e Commercial Lines (+8,7%)**
- **Raccolta Vita a 4,8 Miliardi¹, (-6,7%), con una importante crescita del comparto Unit Linked (+ 16%), e una riduzione delle Gestioni Separate, in linea con la strategia**
- **Combined Ratio Danni anno corrente a 94,1%**
- **Solvency Ratio: in aumento, a 199%²**
- **AXA Italia tra i primi 10 mercati chiave per il Gruppo**

“AXA Italia registra nel 2021 risultati eccellenti e una forte performance operativa – afferma **Giacomo Gigantiello, CEO del Gruppo assicurativo AXA Italia** – con un utile netto di 328 milioni di euro, in crescita del 19% rispetto al 2020, accompagnati dal rafforzamento della solidità patrimoniale, che registra un aumento di 30 punti, attestandosi a 199%.” “Gli eccezionali risultati di business – prosegue – che riguardano soprattutto i nostri segmenti strategici, Salute, Protezione Vita, Aziende e Unit Linked, sono stati realizzati grazie alla professionalità delle reti distributive e all’impegno quotidiano di tutti i nostri collaboratori.

Tali risultati sono il frutto di un costante percorso di innovazione e di significativi investimenti in dati e tecnologia, per migliorare e semplificare l’esperienza dei nostri clienti, mettendo loro a disposizione un ecosistema di servizi distintivi e di valore, oltre a una cultura inclusiva consolidata ad ogni livello dell’organizzazione. Su queste solide basi continuiamo il nostro percorso di crescita.”

Il Gruppo assicurativo AXA Italia ha chiuso il 2021 mettendo a segno risultati molto positivi, nonostante il contesto di grande complessità e si conferma tra i 10 mercati strategici per il Gruppo.

L’utile netto, **pari a 328 milioni di euro, risulta in crescita del 19%** rispetto all’anno precedente.

¹ Premi lordi contabilizzati.

² Valore non consolidato.



L'andamento della raccolta premi rispecchia una strategia di focalizzazione sui segmenti a maggiore redditività per la compagnia.

La raccolta complessiva si attesta a **6,7 miliardi di euro**, -0,2% rispetto allo scorso anno, di cui **la raccolta Danni si attesta in crescita a 1,91 miliardi di euro**, +3,1%, grazie a un focus sulle linee di business strategiche, come il settore Commercial Lines (+8,7%), trainato dal comparto Non Motor (+11,2%) e il settore Salute (+11,4%).

Nelle linee di **business Vita, la raccolta si attesta a 4,8 miliardi di euro**, con una decrescita del 6,7%, grazie a una strategia di focalizzazione attiva verso soluzioni a minore assorbimento di capitale, supportata dalle ottime performance del canale bancario in ambito Unit Linked, con una crescita del +16%.

Ottime le performance in termini di redditività, con un **combined ratio Danni anno corrente al 94,1%**, in miglioramento di 1,1 punti rispetto al 2019 (ultimo anno prima del covid), che beneficia di un miglioramento del loss ratio e di una riduzione delle spese.

Ancora una volta si conferma l'efficacia di una strategia mirata sui settori di business prioritari, in particolare Salute, Protezione Vita, Unit Linked e Aziende, con investimenti continui in innovazione e tecnologia per reinventare l'esperienza cliente puntando su semplicità, trasparenza e accessibilità per diventare veri partner dei clienti, in linea con il Piano **Driving Progress**.

Focus: reinventare l'esperienza cliente

Nel 2021, AXA Italia ha dato ulteriore **impulso all'innovazione** per mettere a disposizione dei clienti un'offerta di servizi e iniziative uniche e all'avanguardia. Tra gli esempi principali:

- L'evoluzione del **Portale Salute**, con un servizio **“Ricerca Strutture Sanitarie”**, in grado di orientare in pochi secondi verso la migliore struttura sanitaria in base alle specifiche esigenze e il **“medical concierge”** per prenotare prestazioni sanitarie e richiedere un codice sconto.
- Sul fronte dell'Innovazione nella **gestione dei sinistri**, la **Videoperizia integrata nella app MyAXA** per condividere immagini live dei danni subiti in remoto con un perito dedicato, accorciando i tempi di liquidazione e utilizzando un approccio mobile first e i **Servizi AXA Caring³** per tutti i clienti, persone e aziende, come la possibilità di aprire i sinistri salute tramite canali digitali e area riservata e di monitorarne lo stato tramite l'e-tracking. Infine **“E-rescue”**, per richiedere in modalità self-service l'assistenza stradale tramite app⁴.
- Per quanto riguarda **l'innovazione in ambito assistenza, vendita e post-vendita**, con la **chatbot** di QUIXA Assicurazioni, integrata con un assistente virtuale che guida l'utente, in pochi e semplici click, nel processo di sostituzione, annullamento e anche preventivazione di una polizza, tramite guida vocale.

Focus: semplificazione e modernizzazione tecnologica, cultura digitale e dei dati

Il 2021 ha seguito una roadmap tecnologica allineata alle priorità del business, con una forte accelerazione su Data Analytics e Digital Innovation, Automation e cultura digitale e dei dati. Tra i progetti di punta:

- La **semplificazione e modernizzazione del landscape IT**, negli ambiti:
 - **Adozione Cloud** (>70%), Riduzione delle App (>25%) e modernizzazione tecnologica (zero yearly tech debt).
 - **Data Driven Innovation e Digital Transformation**, con un netto consolidamento delle capabilities per servire sempre meglio i clienti, grazie a un ecosistema di piattaforme dati, cloud native, con capacità di real-time analytics e integrazioni con fonti dati esterne.
 - **Rafforzamento delle competenze interne** (Data Engineers, Data Scientists, Data Governance Specialists, Technical Project managers).

³ Gestore dei sinistri salute di AXA specializzato in servizi innovativi dedicati al benessere, alla prevenzione e alle cure sanitarie.

⁴ Realizzato in collaborazione con AXA Partners.



- Sul fronte **Automation**, sono state portate avanti iniziative di rivisitazione, automazione dei processi ed introduzione di nuove tecnologie, quali Robot, Machine Learning e OCR, per rendere più veloci e semplici le interazioni con i clienti e i distributori.
- Ed inoltre grande attenzione è stata posta ad **iniziative distintive per i collaboratori per lo sviluppo di un Data DNA** interno alla compagnia, come la seconda edizione del programma **“Mastering Data for Insurance”** progettato e realizzato con la Formazione Su Misura di SDA Bocconi per diffondere la “cultura del dato” e le relative competenze.

Focus: le persone e il loro benessere psicofisico al centro

Il 2021 ha visto una forte accelerazione di una strategia fondata su centralità e benessere della persona a 360°, cultura e ambiente di lavoro inclusivi, in linea con la ragion d’essere del Gruppo. Tra gli esempi più significativi:

- Iniziative a supporto dell’**equilibrio psicofisico**, con numero verde di assistenza psicologica H24, sportello virtuale di counselling per situazioni di difficoltà o disagio e un’**offerta welfare** sempre più ricca, con soluzioni diversificate in base agli specifici bisogni e secondo lo stile di vita e una protezione sanitaria distintiva. In ambito **formazione**, a disposizione **oltre 15.000 corsi fruibili su LinkedIn Learning** e la novità della **Climate Academy**, con percorsi di formazione e sensibilizzazione su Cambiamento climatico e Ambiente.
- Ulteriore impulso allo **smart working**, in un modello distintivo sempre più incentrato sul concetto di obiettivi da raggiungere e di condivisione fra team e ad una **leadership al femminile sempre più diffusa**, con le donne che rappresentano il 46% dei dipendenti, il 54% dei millennial, il 42% del Management committee e numerose iniziative di sensibilizzazione per promuovere un ambiente di lavoro inclusivo a 360° in cui tutte le diversità vengono valorizzate.

Focus: sostenibilità e lotta al cambiamento climatico, inclusione ed empowerment al femminile

Grande attenzione è stata data nel 2021 a temi sempre più prioritari per i cittadini, come l’ambiente e il cambiamento climatico, l’inclusione e l’empowerment femminile, attraverso iniziative concrete.

- Nel 2021 è entrata nel vivo la **partnership di AXA Italia con Unesco e Worldrise Onlus a supporto del “Decennio delle Scienze del Mare per lo Sviluppo Sostenibile» (2021-2030)**, promosso dalle Nazioni Unite per la tutela del mare e della biodiversità.
- Sull’empowerment al femminile e l’inclusione, oltre all’ulteriore impulso a A4W, di cui AXA Italia è socio fondatore, in partnership con l’Università Bocconi di Milano è stato creato l’**AXA Research Lab on Gender Equality**, per studiare e produrre contenuti relativi alle politiche pubbliche che supportino l’uguaglianza di genere.
- A favore delle donne in difficoltà, AXA Italia ha inoltre lanciato **“Protezione Sospesa”**, iniziativa che consente a tutti i clienti di offrire servizi di protezione sanitaria a persone in difficoltà versando un piccolo contributo volontario aggiuntivo, al momento della sottoscrizione o del rinnovo e a cui si aggiunge il sostegno di agenti, collaboratori e Compagnia.



Con 149.000 collaboratori e 95 milioni di clienti in 50 Paesi, il Gruppo AXA è tra i leader mondiali nel settore della protezione.

La missione di AXA è aiutare i propri clienti a vivere meglio: per questo collaboratori e distributori presenti sul territorio lavorano ogni giorno per creare prodotti e servizi innovativi e diventare veri partner delle persone e della società.

In Italia oltre 4.000.000 di clienti si affidano ad AXA, forte di una rete altamente professionale di circa 650 agenzie, della compagnia digitale QUIXA Assicurazioni e primario partner bancassicurativo, a partire dal Gruppo Montepaschi.

Per ulteriori informazioni consultare il sito internet: www.axa.it.

Media Relations

AXA Italia

Direttore Comunicazione, CR e Public Affairs
Giorgia Freddi

Ufficio Stampa
Eleonora Mecarelli
eleonora.mecarelli@axa.it
06 50870257