

Communiqué de presse

Résultat trimestriel: forte croissance de la clientèle au cours des neuf premiers mois pour Allianz Suisse

- Allianz Suisse affiche une forte croissance nette de la clientèle (+10 000 clients par rapport à la même période de l'année précédente).
- Le bénéfice opérationnel dans les affaires Choses est en hausse de 2,1% à 183,8 millions de francs.
- Le ratio coûts/sinistres demeure à un niveau stable.
- Les affaires Vie sont toujours confrontées à un environnement exigeant.

Wallisellen, le 2 décembre 2015. Le groupe Allianz Suisse a poursuivi sa croissance malgré les répercussions négatives dues à l'abandon du taux plancher de l'euro. La forte croissance nette de +10 000 clients par rapport à la même période de l'année précédente et les affaires Choses avec une forte demande pour les véhicules à moteur viennent confirmer cette tendance positive. Les affaires Vie se ressentent en revanche de l'environnement des taux d'intérêt négatifs et de la retenue en matière de conclusion de nouvelles affaires qu'il entraîne. Cela explique que le groupe Allianz Suisse enregistre dans l'ensemble, sur les neuf premiers mois de l'année, un recul des encaissements bruts de primes de 1,4% à 3350,1 millions de francs (année précédente: 3397,3 millions de francs) et, en conséquence du renforcement des réserves d'intérêts, une baisse du bénéfice opérationnel de 2,4% à 248,3 millions de francs (année précédente: 254,5 millions de francs).

«Le résultat est en grande partie légèrement supérieur à nos attentes. C'est surtout le retournement de tendance pour les affaires Choses, avec la nette croissance de la clientèle, qui me rend confiant. Notre objectif est par conséquent de croître également du côté des primes avec le marché suisse d'ici la fin de l'année», c'est en ces mots que Severin Moser, CEO d'Allianz Suisse, commente le résultat trimestriel. «Nos initiatives de croissance lancées au début de l'année déploient toujours plus leurs effets. Nous voulons maintenant poursuivre de façon conséquente sur cette voie, tout en tenant encore mieux compte du comportement modifié de la clientèle en prenant de nouvelles initiatives numériques. Nous accroîtrons les investissements dans ce domaine les prochaines semaines et les prochains mois afin de créer de nouvelles expériences clients», affirme S. Moser.

Les affaires Choses tiennent le cap

C'est surtout dans les affaires Choses que les initiatives de croissance d'Allianz Suisse montrent leurs effets. Les demandes aussi bien en assurances pour les véhicules à moteur qu'en assurances de protection juridique ont augmenté respectivement de 0,6% en termes de primes. Le volume de nouvelles affaires des assurances véhicules à moteur est à lui seul supérieur d'environ 15% à celui de l'année précédente. Le nouveau produit CombiRisk Business, pour lequel les clients entreprises bénéficient de davantage de prestations et d'une moindre complexité pour leurs contrats et couvertures s'est bien établi sur le marché. En conséquence, les primes brutes ont augmenté respectivement de 0,3% à 1659,8 millions de francs (année précédente: 1655,0 millions de francs), ou de 0,6% en termes corrigés d'un effet technique qui se normalisera d'ici la fin de l'année. Dans le même temps, les affaires Choses ont profité au 3^e trimestre d'une évolution favorable des sinistres, avec moins de catastrophes naturelles. Le ratio coûts/sinistres (ratio combiné) s'est ainsi établi à 90,7% au 30 septembre, restant pratiquement inchangé par rapport au niveau de l'année précédente (90,4%).

Le bénéfice opérationnel dans les affaires Choses s'est inscrit pour les neuf premiers mois de l'année à 183,3 millions de francs, ce qui équivaut à une hausse de 2,1% (année précédente: 180,1 millions de francs). À la suite d'amortissements sur des Emerging Market Bond Funds, le bénéfice a reculé de 14,4% à 124,8 millions de francs (année précédente: 145,9 millions de francs).

«Pour assurer notre succès futur dans les affaires Choses, il sera décisif de savoir reconnaître les signes numériques du temps, et de proposer des services attrayants à la clientèle. Nous progressons continuellement à cet égard. Grâce à notre nouvelle application Allianz, les clients peuvent par exemple déclarer un sinistre en toute simplicité avec leur smartphone, gérer leurs contrats ou tout simplement prendre contact avec le conseiller le plus proche. Cette application représente un élément important de notre stratégie numérique, et nous travaillons actuellement d'arrache-pied à de nouvelles solutions numériques qui nous permettront de répondre de façon optimale aux besoins des clients,» souligne S. Moser, esquissant la future orientation.

Des affaires Vie toujours confrontées à un environnement exigeant

Allianz Suisse continue d'appliquer une politique de souscription sélective au vu de l'environnement de marché difficile dans les affaires Vie. L'accent dans les secteurs Vie individuelle et Vie collective a donc été mis sur la conclusion de nouvelles affaires, permettant d'assurer une marge positive même dans le contexte persistant des taux négatifs. De plus, nous ne proposons actuellement pas de produits à prime unique, ni de produits de rente classiques en Vie individuelle. Par conséquent, sur les neuf premiers mois de l'année, les encaissements de primes ont diminué de 3,0% à 1690,3 millions de francs (année précédente: 1742,3 millions de francs).

Le résultat est toujours marqué par le renforcement des réserves d'intérêts au début de l'année. Le bénéfice opérationnel au bout des neuf premiers mois de l'exercice s'élève ainsi à 64,5 millions de francs (année précédente: 74,4 millions de francs), ce qui correspond à une baisse de 13,3%.

«Nous pensons que le niveau des taux d'intérêt ne changera pas à moyen terme; c'est pourquoi la stabilité des activités et la sécurité pour les clients sont actuellement nos premières priorités. Dans les affaires Vie individuelle, nous nous en tenons en ce moment à une gamme de produits limitée, en nous concentrant avant tout sur les produits efficaces en termes de capital, composés d'une garantie à choix et d'une partie axée sur le rendement, de même qu'à des assurance vie liée à des fonds», précise Stefan Rapp, CFO d'Allianz Suisse. La part du nouveau produit Balance Invest axé sur le rendement représente d'ores et déjà deux tiers des nouvelles affaires Vie individuelle, soit une hausse de 40% par rapport à la même période de l'année précédente.

«En dépit d'une situation globalement exigeante, nous voyons des opportunités attrayantes à l'avenir aussi pour les affaires Vie. Car le niveau bas des taux qui défavorise les épargnants accroît la responsabilité propre de chacun de mieux assurer sa prévoyance à l'âge de la retraite». S. Rapp demeure donc optimiste.

Groupe Allianz Suisse (chiffres-clés cumulés conformes aux normes IFRS ¹⁾)

Millions de francs	09/2015	09/2014	Modification en % 2013/2014
Encaissements de primes bruts Non-vie	1 659,8	1 655,0	0,3
Encaissements de primes bruts statutaires Vie	1 690,3	1 742,3	-3,0
Primes nettes acquises Non-vie	1 307,0	1 306,9	0,0
Primes acquises nettes Vie ²⁾	433,3	521,6	-16,9
Prestations d'assurance pour propre compte ³⁾	1 227,4	1 313,7	-6,6
Frais pour propre compte	410,3	399,1	2,8
Résultat des placements	362,8	409,0	-11,3
Résultat opérationnel	248,3	254,5	-2,4
Bénéfice	175,8	204,5	-14,0
Fonds propres	2 204,3	2 322,5	-5,1
Ratio combiné Non-vie	90,7%	90,4%	+0,3% point

1) Allianz Suisse Société d'Assurances SA, Allianz Suisse Société d'Assurances sur la Vie SA, CAP Compagnie d'Assurance de Protection Juridique SA, Allianz Suisse Immobilier SA, Quality1 AG et Euro Garantie AG

2) Après apports issus de produits FAS 97

3) Y compris modification de la réserve pour sinistres

Vous trouverez ce communiqué de presse ainsi que d'autres **communiqués d'Allianz Suisse** sur notre portail Internet www.allianz.ch/news

Pour de plus amples renseignements

Hans-Peter Nehmer, téléphone: 058 358 88 01; courriel: hanspeter.nehmer@allianz.ch

Bernd de Wall, téléphone: 058 358 84 14; courriel: bernd.dewall@allianz.ch

À propos du groupe Allianz Suisse

Avec un volume de primes de plus de 3,8 milliards de francs, le groupe Allianz Suisse est l'une des principales sociétés d'assurances de Suisse. Font notamment partie du groupe Allianz Suisse Allianz Suisse Société d'Assurances SA, Allianz Suisse Société d'Assurances sur la Vie SA, CAP Compagnie d'Assurance de Protection Juridique SA et Quality1 AG. Le cœur de métier du groupe Allianz Suisse englobe l'assurance, la prévoyance et la gestion de fortune. Allianz Suisse emploie près de 3500 collaborateurs et fait partie du groupe international Allianz, présent sur tous les continents, dans plus de 70 pays. En 2013, le groupe Allianz a été reconnu comme Super Sector Leader du Dow Jones Sustainability Index (DJSI). Depuis l'an 2000, l'entreprise est très bien placée dans cet indice de durabilité mondialement suivi.

En Suisse, plus de 930 000 clients privés et plus de 100 000 entreprises font confiance à Allianz Suisse, à chacune des étapes de leur vie et de leur développement, pour les prestations de conseil ainsi que leurs couvertures d'assurance et de prévoyance. La densité de son réseau de 130 agences lui permet d'être proche de ses clients dans toutes les régions du pays.

Allianz Suisse est partenaire officiel de la Croix-Rouge suisse, de Swiss Paralympic et du Swiss Economic Forum (SEF). Depuis la saison 2012/13, Allianz Suisse est en outre sponsor de la Swiss Football League.

Réserve à propos des déclarations faisant référence à l'avenir

Les prévisions que nous formulons ou les déclarations que nous faisons à propos de l'avenir peuvent être liées à des risques connus et inconnus et à des incertitudes. Les résultats et évolutions effectifs peuvent dès lors considérablement diverger des attentes et hypothèses avancées. Outre d'autres raisons non évoquées ici, des écarts peuvent apparaître en raison de modifications de la situation économique générale et de l'état de la concurrence, en particulier dans les secteurs d'activité et sur les marchés clés d'Allianz Suisse, de l'acquisition et de l'intégration subséquente d'entreprises ou encore de mesures de restructuration. Certains écarts peuvent également être liés à l'importance ou à la fréquence des sinistres, aux taux d'annulation, aux taux de mortalité et de maladie et aux tendances en la matière et, notamment dans le domaine bancaire, à la défaillance d'emprunteurs. L'évolution des marchés financiers et des cours de change ainsi que les modifications apportées à la législation nationale et internationale, en particulier en matière fiscale, peuvent également avoir une incidence. Enfin, la probabilité et l'importance des écarts peuvent être influencées par des attentats terroristes et par leurs conséquences. Les faits présentés ici peuvent également être influencés par des risques et des incertitudes décrits dans les diverses communications d'Allianz SE à la SEC (US Securities and Exchange Commission). La société n'a aucune obligation d'actualiser les déclarations faites dans le présent document.