

Zurich, le 12 mars 2008

# Communiqué de presse

## Nouveau résultat record pour Allianz Suisse

**Allianz Suisse poursuit sur sa bonne lancée de l'an dernier : avec un bénéfice de quelque 343 millions de francs en 2007, la société d'assurance enregistre le meilleur résultat de sa jeune histoire, dépassant même encore une fois d'environ 25 % le résultat record de l'exercice précédent (+275 millions de francs). Presque toutes les branches affichent un taux de croissance nettement supérieur à la moyenne comparable du secteur. Le nombre de collaborateurs du groupe Allianz Suisse s'est élevé de quelque 3 %. Cette progression concerne presque exclusivement le service externe.**

« Nous avons mis en œuvre notre stratégie de croissance de manière systématique et nous taillons des parts de marché supplémentaires dans un environnement de marché pourtant difficile », a commenté Manfred Knof, CEO d'Allianz Suisse. « Allianz Suisse peut se targuer d'une année exceptionnelle, en termes de rentabilité avant tout. » Pour lui, cette évolution dynamique s'explique principalement par la prestation des quelque 1150 collaborateurs du service externe, répartis dans les 70 agences générales, ainsi que par la gestion durable des coûts et le très bon résultat du capital.

### **Croissance substantielle des primes**

Le groupe Allianz Suisse, qui comprend également Alba, Phenix et CAP en plus des compagnies Allianz Suisse, a dégagé un volume de primes total de 3689 millions de francs au cours de l'exercice écoulé. Corrigées des activités d'assurances industrielles internationales qui ont été vendues, les primes des assurances directes dommages et accidents ont crû de 3,1 %, s'inscrivant à 1925 millions de francs, soit sensiblement au-dessus de la moyenne du marché à moins de 1 %. Avec un bond de 6,3 %, de 7,5 % et de 4,5 % respectivement, les affaires véhicules à moteur, protection juridique et responsabilité civile générale ont été les trois principaux moteurs de la croissance. Celle-ci

a même été cinq fois supérieure à la moyenne du marché – très disputé – des assurances véhicules à moteur.

### **Augmentation considérable des excédents et des affaires nouvelles dans le secteur vie**

Après quelques années difficiles, Allianz Suisse avait décidé en 2006 de refaire de la branche vie l'un de ses secteurs d'affaires stratégiques. Cette décision s'est avérée payante puisque le volume de primes brutes du groupe a gagné 2,9 % en 2007, à 1621 millions de francs. Manfred Knof considère comme « particulièrement réjouissante » la forte progression des affaires nouvelles en vie tant individuelle que collective. Dans ces deux secteurs, les nouvelles souscriptions ont en effet doublé. Côté clients, l'aspect positif réside également dans la politique d'excédents, la participation à ces derniers ayant pu être notablement relevée à 92 millions de francs, en hausse de quelque 75 %. Pour 2008, l'objectif en matière d'affaires nouvelles reste celui d'une croissance en pour-cent à deux chiffres. Dans cette optique, la gamme de produits vie individuelle sera étoffée par des offres novatrices axées sur les placements. Le bénéfice annuel des affaires vie s'est établi à 118,4 millions de francs, dépassant de 19 % la valeur obtenue un an plus tôt.

### **Réduction de la part d'actions pour un résultat financier en hausse**

Les opérations financières du groupe Allianz Suisse ont largement contribué à l'excellent résultat 2007. Le résultat des placements est ressorti l'an dernier à 761 millions de francs, soit un plus de 18,9 %. Au terme de l'exercice sous revue, le groupe Allianz Suisse gérait des placements de capitaux à hauteur de 18,5 milliards de francs. La Société s'est également montrée prévoyante en ce qui concerne sa politique de placements en ramenant à 10,1 % (-1,2 point de pourcentage) la position « Actions et fonds de placement » pendant l'année sous revue, et en réinvestissant les sommes dégagées en titres à revenu fixe.

### **Une charge des sinistres légèrement alourdie**

La charge des sinistres dans l'assurance dommages et accidents s'est alourdie de 3,8 % sur l'ensemble du groupe Allianz Suisse par rapport à l'exercice précédent. Le nombre élevé d'événements naturels avant tout, tels que les inondations et les dommages de grêle, ont grevé le résultat. En termes de charge nette, ces sinistres sont tout à fait comparables à ceux de 2005, qui restera comme « l'année des catastrophes ». Le taux de sinistres a atteint 71,1 % et le taux de frais 23,8 %, tandis que le ratio combiné s'inscrivait à 94,9, enregistrant ainsi une légère hausse seulement par rapport à l'an dernier (94,4 %). En tout, les prestations d'assurance pour propre compte ont progres-

sé de 0,9 % à 3073 millions de francs.

### **Poursuite de l'extension des canaux de distribution**

En 2007, Allianz Suisse a renforcé son service externe de 130 personnes, lequel compte désormais 1150 collaborateurs au total. De l'avis de Manfred Knof, cette évolution souligne l'importance toujours prépondérante du conseil personnel sur le terrain. La distribution via les agences générales devrait connaître un nouvel essor cette année. Allianz Suisse entend croître plus rapidement que le marché dans les branches dommages, accidents et vie. S'agissant des coopérations automobiles, Allianz Suisse occupe d'ores et déjà la « pole position », à la faveur des partenariats qu'elle a conclus, notamment avec Emil Frey SA. D'autres coopérations devraient être signées cette année. Par ailleurs, Allianz Suisse mise au second trimestre sur la distribution directe de produits d'assurance standardisés via Internet. Manfred Knof voit dans ce canal un « potentiel de croissance intéressant ».

### **Initiatives supplémentaires pour une dynamique renforcée**

Allianz Suisse espère également retirer une croissance des initiatives qu'elle lancera en 2008. À commencer par un « l'assistance ménage », qui constitue une réelle nouveauté sur le marché helvétique. Il s'agit d'une combinaison d'assistance et de services auxquels les assurés peuvent recourir pour parer à un grand nombre d'événement domageables dans le ménage, tels que la réparation d'installations électriques ou le remplacement de téléviseurs défectueux, service qui se révélera certainement fort apprécié durant l'EURO 2008. Allianz Suisse concentrera en outre ses efforts sur les petites et moyennes entreprises (PME), et plus précisément sur certains segments de niche soigneusement sélectionnés.

## Groupe Allianz Suisse – Chiffres clés 2007

En millions de CHF	2007	2006	%
Primes brutes	3 689,5	3 663,6	0,7
Assurances dommages et accidents, affaires directes	1 925,2	1 933,5	-0,4*)
Assurance vie, affaires directes	1 621,0	1 575,5	2,9
Affaires indirectes	143,3	154,6	-7,3
Primes pour propre compte	3 638,2	3 545,0	2,6
Prestations d'assurance pour propre compte	3 072,7	3 044,0	0,9
Frais pour propre compte	618,4	590,7	4,7
Résultat financier	760,5	639,6	18,9
Résultat de l'exercice	342,9	275,1	24,6
Placements	18 497,7	17 848,6	3,6
Provisions techniques pour propre compte	16 259,2	15 962,4	1,9
Fonds propres après affectation du bénéfice	1 583,2	1 508,4	5,0
Nombre de collaborateurs	4202	4 088	2,8

\*) 2006 y compris affaires industrielles internationales, cédées à Allianz Risk Transfer au 01.01.2007 ; corrigée de ces activités, la croissance ressort à 3,1 %.

### Pour plus de renseignements

Communication d'entreprise Allianz Suisse, courriel : [press@allianz-suisse.ch](mailto:press@allianz-suisse.ch)

Hansjörg Leibundgut, téléphone : 058 358 88 01 ;

courriel : [hansjoerg.leibundgut@allianz-suisse.ch](mailto:hansjoerg.leibundgut@allianz-suisse.ch)

Bernd de Wall, téléphone : 058 358 84 14 ; courriel : [bernd.dewall@allianz-suisse.ch](mailto:bernd.dewall@allianz-suisse.ch).