

Zurich, le 14 mars 2007

## **Communiqué de presse**

### **Allianz Suisse réalise son meilleur exercice depuis sa fondation**

**Le groupe Allianz Suisse clôt un excellent exercice 2006. Avec un bénéfice de 282 millions de francs, il a même amélioré de 9,0 % le résultat déjà très bon de l'an passé. L'effectif est lui aussi en hausse, de 1,2 %, et compte désormais 3999 collaborateurs.**

**Avec ses nouveaux produits vie compétitifs et la réorganisation de ses canaux de distribution, Allianz Suisse est clairement passée à l'offensive. En outre, l'assurance combinée ménage a le vent en poupe ; Allianz Suisse propose une assistance juridique aux clients désireux de changer d'assurance si leur assureur refuse de résilier leur police.**

« Allianz Suisse vient de réaliser un excellent exercice. C'est une très bonne nouvelle pour nous, pour nos actionnaires, pour nos clients et pour nos collaborateurs. » C'est en ces termes que Manfred Knof, CEO d'Allianz Suisse, a brièvement commenté l'exercice 2006.

Durant l'exercice sous revue, le groupe a dégagé un volume total de primes de 3664 millions de francs. Dans le domaine de l'assurance directe dommages et accidents, les primes ont atteint 1934 millions de francs. Cette croissance de 3,7 % s'inscrit nettement au-dessus de la moyenne du marché, laquelle ressort à environ 1,7 %. Dans l'assurance vie, le volume d'affaires s'est établi à 1576 millions de francs, soit une baisse de 3,7 %. Quant à la réassurance active, elle a profité d'un environnement de marché favorable, et enregistre une hausse des recettes de primes de 18,1 %, à 155 millions de francs.

En 2006, Allianz Suisse a versé des prestations d'assurance pour un total de 3044 millions de francs, ce qui correspond à un recul de 2,9 % par rapport à l'exercice précédent. Dans le secteur de l'assurance dommages et accidents, il n'y a eu que peu de sinistres importants et de dommages naturels à déplorer, si bien que le taux de sinistres net s'est amélioré de 74,4 % lors de l'exercice précédent à 70,8 % en 2006. Dans le secteur de l'assurance vie, les prestations d'assurance ont reculé de 5,4 %. Cette baisse s'explique non seulement par un meilleur résultat en invalidité, mais aussi par une diminution du nombre de sorties de service dans le domaine des assurances vie collective.

## Groupe Allianz Suisse – Chiffres clés 2006

En millions de CHF	2006	2005	%
Primes brutes	3 663,6	3 631,5	0,9
Assurances dommages et accidents, affaires directes	1 933,5	1 864,3	3,7
Assurance vie, affaires directes	1 575,5	1 636,3	-3,7
Affaires indirectes	154,6	130,9	18,1
Primes pour propre compte	3 545,0	3 500,9	1,3
Prestations d'assurance pour propre compte	3 044,0	3 134,1	-2,9
Frais pour propre compte	590,6	584,8	1,0
Résultat financier	646,5	625,8	3,3
Résultat de l'exercice	281,9	258,6	9,0
Placements	17 848,6	17 682,0	0,9
Provisions techniques pour propre compte	15 962,4	15 586,3	2,4
Fonds propres après affectation du bénéfice	1 508,4	1 500,2	0,5
Nombre de collaborateurs	3 999	3 953	1,2

Suite à un transfert des frais de règlement de sinistres, les dépenses d'exploitation ont augmenté de 1,0 % pour s'établir à 591 millions de francs. Par rapport aux primes pour propre compte, les taux de frais se sont élevés à 23,6 % dans les assurances dommages, accidents et maladies (23,4 % l'exercice précédent) et à 8,0 % dans la branche vie (9,0 % l'exercice précédent).

Les opérations financières ont été clôturées sur un bénéfice total de 647 millions de francs (626 millions de francs l'exercice précédent).

Le résultat avant impôts a enregistré une forte progression de 22,6 %, à 327 millions de francs. Après déduction de la charge fiscale de 45 millions de francs, en nette hausse par rapport à l'exercice précédent (8 millions de francs) – Allianz Suisse Assurances a entièrement reporté ses pertes fiscales –, le résultat est en hausse de 9 %, à 282 millions de francs. Les actionnaires se partageront des dividendes à hauteur de 160 millions de francs et le solde servira à renforcer les fonds propres.

Ainsi que le démontrent les diverses notations – «A+» pour Standard & Poor's, «A» pour A.M. Best et «A1» pour Moody's – Allianz Suisse Assurances et Allianz Suisse Vie font désormais partie du groupe de tête des assureurs directs en Suisse.

## **Croissance dynamique et orientation vers la clientèle**

Pour son développement futur, Allianz Suisse s'est fixé des objectifs ambitieux. « Allianz Suisse entend être perçue comme une compagnie d'assurances qui s'attache résolument à satisfaire les besoins de ses clients. En outre, elle a l'ambition de devenir le leader du marché en matière de croissance et de rentabilité », affirme le CEO d'Allianz Suisse, Manfred Knof. Dans cette optique, Allianz Suisse souhaite transposer aux autres branches le succès rencontré dans les assurances véhicules à moteur, une branche où elle a continuellement accru sa part de marché au cours des années passées. Pour ce faire, le groupe a décidé de lancer de nouveaux produits compétitifs, de renforcer les ventes croisées et de réorganiser ses canaux de distribution. Pour le seul service externe des agences générales, Allianz Suisse a l'intention de créer cette année 100 nouveaux postes.

Manfred Knof considère l'orientation sur la clientèle comme l'un des facteurs clés du succès, car « des clients satisfaits sont des clients fidèles, ils achètent davantage et recommandent notre entreprise à leurs proches ». À cet effet, Allianz Suisse mène régulièrement des enquêtes de satisfaction auprès de ses clients et leur demande s'ils sont prêts à la recommander à d'autres personnes. Leurs propositions concrètes d'amélioration sont ensuite transmises aux services de développement.

## **Assurance combinée ménage : mesures contre les refus de résiliation de la concurrence**

Actuellement, Allianz accorde une attention toute particulière au segment des assurances combinées ménage, qui, cette année, peuvent être résiliées de manière anticipée en raison d'une modification de l'assurance dommages naturels. Gerhard Berchtold, responsable Assurances de choses et de patrimoine d'Allianz Suisse : « Selon nous, les polices d'assurance ménage sont résiliables cette année à l'échéance principale en raison des modifications de l'assurance dommages naturels. Pour notre part, nous acceptons les résiliations à cette date. » Mais par cette position, Allianz se démarque de bon nombre de ses concurrents, qui refusent les résiliations de contrats anticipées. « Nous avons déjà une liste de 380 nouveaux clients dont les anciens assureurs refusent la résiliation. Nous leur offrons une assistance juridique pour toutes les étapes nécessaires à un changement de compagnie », souligne Gerhard Berchtold.

## **L'assurance vie, un secteur clé**

À partir de cette année, Allianz Suisse fera de l'assurance vie l'un de ses secteurs clés. Ce recentrage s'accompagne d'ores et déjà de diverses initiatives portant sur de nouveaux

produits compétitifs pour les branches vie individuelle et vie collective. Une nouvelle assurance vie liée à des fonds de placement est en cours de lancement. De même, dans les affaires vie collective (prévoyance professionnelle), de nouvelles lignes de produits sont en préparation : elles s'adressent essentiellement aux microentreprises et aux petites entreprises (par exemple nouvelles créations) ainsi qu'au segment des PME.

### **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)

Barbara König, téléphone : 058 358 84 14 ; courriel : [barbara.koenig@allianz-suisse.ch](mailto:barbara.koenig@allianz-suisse.ch)

---