

Communiqué de presse

Allianz Suisse poursuit sur sa lancée au 3^e trimestre

- **Bénéfice du groupe Allianz Suisse en hausse de 29,2 % à 195,4 millions de francs**
- **Progression du ratio combiné de 1,9 % à 91,6 %**
- **Affaires Vie: nouvel accroissement de leur rentabilité Standard & Poor's considère désormais Allianz Suisse comme une filiale «hautement stratégique»**

Zurich, 27 novembre 2013 – Le groupe Allianz Suisse¹ continue sur la voie du succès. Les affaires Non-vie enregistrent une légère croissance des primes de 0,1 % pour s'établir à 1677,3 millions de francs alors que le volume des affaires Vie, qui se chiffre à 1664 millions de francs, a poursuivi sa consolidation (-16,3 %) au profit d'une rentabilité accrue. Le résultat opérationnel progresse de 5,3 % pour atteindre 245,1 millions de francs et le bénéfice enregistre même une hausse de 29,2 % pour s'établir à 195,4 millions de francs.

Le groupe Allianz Suisse entame la dernière ligne droite de l'année, fort d'un résultat solide en nette progression pour le troisième trimestre de 195,4 millions de francs de bénéfices. Si le résultat semestriel était encore grevé du poids financier extrêmement élevé résultant de sinistres dus à la grêle et aux intempéries dans le segment Non-vie, aucun phénomène météorologique particulier n'a eu d'incidence financière durant le troisième trimestre.

Klaus-Peter Röhler, CEO d'Allianz Suisse, attribue cet excellent résultat trimestriel à une meilleure sélection des risques et à une optimisation des coûts. «Les chiffres trimestriels indiquent que nous connaissons une évolution positive malgré une conjoncture qui reste difficile», indique Klaus-Peter Röhler. Le taux de sinistre plus particulièrement connaît une évolution très satisfaisante. Et Klaus-Peter Röhler de souligner: «De surcroît, nous travaillons de manière systématique sur les coûts de manière à offrir à nos clients un rapport qualité-prix attrayant.» Cette approche a eu pour conséquence directe de réduire davantage le ratio combiné, qui s'élève à 91,6 % (contre 93,5 % l'année précédente).

Durant les neuf premiers mois de l'année, le groupe Allianz Suisse a pu à nouveau enregistrer une nette hausse du nombre de nouveaux clients. Klaus-Peter Röhler déclare à ce sujet: «Nous voyons en chaque nouveau client la confirmation de notre bon positionnement tant en matière d'innovations apportées à nos produits qu'en ce qui concerne les mesures visant à accroître la satisfaction de nos clients.» Le service et les prestations d'Allianz Suisse obtiennent de très bons scores dans les enquêtes de satisfaction menées régulièrement auprès de

la clientèle. «Les résultats des enquêtes nous permettent d'identifier immédiatement les problèmes et de les régler. Nous sommes ainsi en mesure d'améliorer en permanence la qualité de notre service», poursuit Klaus-Peter Röhler.

Une dotation en capital solide et une politique de placement axée sur la sécurité ont permis à Allianz Suisse d'obtenir de l'agence de notation financière Standard & Poor's la note AA- (perspective stable). Depuis cette année, les experts en notation considèrent en outre Allianz Suisse, une filiale d'Allianz SE, comme «hautement stratégique». Selon Stefan Rapp, CFO d'Allianz Suisse: «Cette notation nous place dans le peloton de tête des assureurs directs suisses. Standard & Poor's a, de la sorte, reconnu notre solidité financière et notre robustesse. Cette reconnaissance fait de nous un partenaire extrêmement attrayant pour nos clients.» En complétant sa notation de la mention «hautement stratégique», Standard & Poor's considère Allianz Suisse comme une filiale d'Allianz SE dotée d'une importance stratégique majeure.

Allianz Suisse Assurances: résultat opérationnel en progression confortable de 5,9 %

Le bon résultat trimestriel d'Allianz Suisse Société d'Assurances SA a, une fois encore, été stimulé par une demande croissante d'assurances véhicules à moteur (+1,0 %). L'encaissement de primes dans le segment Non-vie a, quant à lui, accusé un léger recul (-0,2 %). Le volume total des primes brutes s'est établi à 1625,5 millions de francs, un montant comparable à celui de l'exercice précédent (1625,6 millions de francs). Le résultat a également connu une bonne évolution. Ainsi, grâce à une progression du résultat opérationnel de 5,9 % à 163,3 millions de francs, la rentabilité s'est accrue. Quant au bénéfice, il a enregistré une hausse de 46,6 % à 130,6 millions de francs, ce qui a permis de compenser les effets de la prise de participation de 2012.

Le taux de sinistres demeure grevé par les sinistres majeurs dus à la grêle et aux intempéries survenus durant les mois de mai et juin. Il a toutefois pu être sensiblement réduit au cours du troisième trimestre. Klaus-Peter Röhler déclare: «Nous investissons fortement dans les processus de traitement des sinistres et accordons un intérêt stratégique majeur à une politique de souscription stricte. Notre excellent taux de sinistres, corrigé des effets dus aux phénomènes naturels, démontre que nous avons posé les bons jalons pour l'avenir, ce qui nous procure un avantage concurrentiel direct.»

Allianz Suisse Vie: un segment encore renforcé

Dans le segment des affaires Vie, l'environnement de taux bas demeure un enjeu majeur. Allianz Suisse se concentre sur des produits attrayants pour la clientèle afin d'assurer un succès commercial durable. La consolidation de primes qui a résulté de cette approche au cours des trimestres précédents s'est poursuivie. Il en découle un volume de primes de 1664 millions de francs (-16,3 %). Le bénéfice opérationnel a enregistré une progression de 3,3 % à 73,2 millions de francs.

Le moteur du succès d'Allianz Suisse dans les affaires Vie consiste en une croissance sélective conjuguée à une stratégie de placement durable privilégiant la sécurité. «Dans une conjoncture qui demeure complexe, nous continuons de nous concentrer sur la qualité de notre portefeuille. Nous ne misons pas sur la croissance à tout prix», déclare Klaus-Peter Röhler.

La consolidation des primes s'est répercutée non seulement sur les affaires Vie collective, mais aussi sur les affaires Vie individuelle: Les recettes réalisées dans le segment Vie collective se sont établies à 1387,2 millions de francs (2012: 1689 millions de francs). Le volume de primes dans le segment Vie individuelle a perdu 7,8 %, pour s'établir à 276,8 millions de francs. Les affaires ont à nouveau connu une progression très satisfaisante avec les primes périodiques Vie individuelle. Cette évolution est due en majeure partie à la forte progression du produit Balance Invest au cours du troisième trimestre. «Balance Invest est un produit innovant qui est très bien accueilli par les clients», se félicite Klaus-Peter Röhler. Si la part du produit Balance Invest dans les primes périodiques s'établissait encore à près de 33 % durant le premier semestre, celle-ci s'est encore fortement accrue et représentait environ 40 % au 30 septembre. Compte tenu de la forte demande de produits financiers attrayants dans le segment Vie, la ligne de produits Balance Invest a été complétée d'un produit d'assurance à prime unique au deuxième trimestre 2013.

Le bon résultat d'Allianz Suisse Société d'Assurances SA a également été stimulé par un résultat courant des placements à nouveau très satisfaisant, qui s'est établi, au troisième trimestre, à 298,7 millions de francs (+3,0 %).

Chiffres clés du 3^e trimestre 2013
Groupe Allianz Suisse (chiffres clés cumulés conformes aux normes IFRS ¹⁾)

millions CHF	T3 2013	T3 2012	En %
Encaissements de primes bruts Non-vie	1677,3	1676,0	0,1
Encaissements de primes bruts statutaires Vie	1664,0	1987,6	-16,3
Primes nettes acquises Non-vie	1311,9	1313,0	-0,1
Primes nettes acquises Vie ²⁾	485,5	663,4	-26,8
Résultat opérationnel	245,1	232,8	5,3
Bénéfice annuel	195,4	151,2	29,2
Ratio combiné non-vie	91,6 %	93,5 %	-1,9 pt de %age

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, Euro Garantie AG

2) Après ajout de produits FAS-97

Pour de plus amples renseignements

Communication Allianz Suisse

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

Harry H. Meier, téléphone : 058 358 84 14; courriel: harry.meier@allianz-suisse.ch

À propos du groupe Allianz Suisse

Avec un volume de primes de plus de 4,1 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, la 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. Elle emploie près de 3 500 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 par le 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).

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.