

# Communiqué de presse

## Résultat semestriel: Allianz Suisse est robuste face à la crise du coronavirus

- Les primes des affaires Choses affichent une hausse de 1,0% malgré les conditions difficiles liées au coronavirus; celles de Vie individuelle augmentent légèrement, alors que les primes Vie collective reculent du fait de l'effet spécial de 2019
- À CHF 192,6 millions, le bénéfice opérationnel se maintient au niveau de l'exercice précédent
- Délesté des coûts liés à l'intégration (clôturée) de la DAS et profitant d'effets fiscaux positifs, le bénéfice semestriel augmente de 5,3%, à CHF 158,2 millions
- Le niveau de service et la satisfaction de la clientèle restent élevés malgré le télétravail

Wallisellen, le 25 août 2020 – En dépit de la crise du coronavirus, le groupe Allianz Suisse a fait la preuve de sa performance et enregistre un solide résultat semestriel: à CHF 192,6 millions, le bénéfice opérationnel s'est maintenu au niveau de l'exercice précédent (CHF 192,5 millions). Délesté des coûts liés à l'intégration (clôturée) de la DAS et profitant d'effets fiscaux positifs, le bénéfice semestriel a augmenté de 5,3%, à CHF 158,2 millions (exercice précédent: CHF 150,2 millions). Le volume total de primes s'est contracté de 6%, à CHF 2651,7 millions, principalement en raison de l'absence d'effets spéciaux dans les affaires Vie collective, tandis que les affaires Choses ont enregistré une hausse de 1,0%, à CHF 1477,9 millions. Le ratio coûts/sinistres (ratio combiné) s'est accru à 90,9% (exercice précédent: 89,9%) également en raison de l'augmentation des coûts liés au coronavirus.

«La crise du coronavirus a constitué un défi exigeant pour nous tous et reste au cœur de nos préoccupations. Dans ce contexte, nous pouvons être satisfaits de ce résultat semestriel, même s'il ne reflète qu'un état ponctuel et que la situation reste fragile. Je me réjouis de constater que bien que plus de la moitié de notre personnel continue à télétravailler, nous avons pu maintenir le service et la satisfaction de notre clientèle à un niveau constamment élevé. Par ailleurs, nous pouvons toujours nous prévaloir d'une très bonne solidité financière, qui repose sur une gestion des risques prospective. Cet atout fait de nous un partenaire fiable pour les clients privés et entreprises, même dans les conditions actuelles. C'est une bonne base pour sortir de cette crise plus forts», souligne Severin Moser, CEO d'Allianz Suisse.

## **Affaires Choses: croissance malgré la crise**

Malgré la crise du coronavirus, le volume de primes des affaires Choses a augmenté de 1,0%, à CH 1477,9 millions, principalement grâce aux affaires Entreprises. En revanche, le confinement, qui a entraîné la fermeture temporaire de nos quelque 130 agences, a impacté les nouvelles affaires. Même le recours accru au conseil vidéo et téléphonique n'a pas pu empêcher le recul du nombre de conclusions. La baisse de production n'a pas seulement été observée dans le canal des agences générales, mais dans tous les canaux de distribution. Depuis les mesures d'assouplissement instaurées par le Conseil fédéral et le retour au conseil personnel, le nombre de nouvelles affaires s'est nettement étoffé. Par ailleurs, le produit «Drive», lancé en mai sous la marque directe ELVIA, a reçu un accueil favorable. Drive est un nouveau produit d'assurance auto qui met l'accent sur la simplicité et la flexibilité.

La charge des sinistres liés au COVID-19 subie par Allianz Suisse est limitée. «Nous ne proposons aucune assurance contre les épidémies ou les pandémies; nous ne sommes pas actifs dans ce secteur d'activité. Nous avons fait preuve de solidarité envers les PME pendant cette période difficile et avons accordé d'importantes facilités de paiement et des reports ou des réductions de loyer», souligne Severin Moser. De plus, il n'y a pas eu de grandes catastrophes naturelles à ce jour. «Les effets positifs et négatifs du COVID-19 sur la charge des sinistres s'équilibreront sur l'ensemble de l'année si nous ne subissons pas une deuxième vague de la pandémie», affirme Severin Moser. Le nombre de sinistres a diminué dans les affaires Véhicules à moteur pendant le confinement, mais cette tendance s'est déjà inversée avec le changement de comportement en matière de mobilité. Globalement, le ratio combiné a augmenté d'un point de pourcentage pour s'établir à 90,9%. À CHF 134,9 millions, le bénéfice opérationnel dans les affaires Choses se maintient exactement au niveau de l'exercice précédent.

## **Affaires Vie: retour à la normale pour les assurances complètes**

L'année dernière, les affaires Vie collective du groupe ont bénéficié du retrait d'un concurrent et de la demande accrue d'assurances complètes qui en a découlé. Après la suppression de cet effet spécial, le volume total des primes des affaires Vie a chuté de 13,6%, à CHF 1173,7 millions, au premier semestre (exercice précédent: CHF 1357,8 millions). L'intérêt pour l'assurance complète, en particulier parmi les PME, reste toujours aussi élevé: «En ces temps d'incertitude et de volatilité des marchés financiers, les entreprises recherchent une sécurité financière. C'est là que l'assurance complète peut jouer ses atouts, car nous prenons en charge les risques», souligne Stefan Rapp, CFO d'Allianz Suisse. Le potentiel reste donc important.

Cela vaut également pour les affaires Vie individuelle, qui ont atteint un volume de primes de CHF 180,0 millions, soit une hausse de 0,3%. «La crise actuelle, combinée aux problèmes non résolus de la réforme de la prévoyance vieillesse, nous montre une fois de plus clairement la nécessité d'une prévoyance privée. Nous avons à cet effet des produits

attrayants et flexibles qui répondent aux préoccupations de nos clients face à l'avenir. En particulier, le produit Flex Saving, lancé l'année dernière, qui combine l'épargne sans contrainte et la protection d'une assurance vie, est toujours unique sur le marché suisse en matière de flexibilité», déclare Stefan Rapp.

Le bénéfice opérationnel dans les affaires Vie s'est élevé à CHF 57,7 millions, un niveau là encore comparable à celui de l'exercice précédent (CHF 57,6 millions).

### Groupe Allianz Suisse (chiffres clés-agrégés IFRS<sup>1)</sup>)

En millions de CHF	06/2020	06/2019	Variation en % p/r EP
Encaissements de primes bruts du groupe	2 651,7	2 821,7	-6,0
Encaissements de primes bruts Non-vie	1 477,9	1 463,9	1,0
Encaissements de primes bruts statutaires Vie	1 173,7	1 357,8	-13,6
Primes acquises groupe	1 259,4	1 255,5	0,3
Prestation d'assurance pour propre compte	-903,6	-879,6	2,7
Autres provisions techniques et divers	-49,0	-121,3	-59,6
Frais pour propre compte	-291,2	-284,2	2,4
Résultat des investissements opérationnels	177,0	222,2	-20,4
Résultat opérationnel	192,6	192,5	0,0
Bénéfice	158,2	150,2	5,3
Ratio combiné Non-vie	90,9%	89,9%	+1,0% pt de %

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, ELVIA eInvest AG, Allianz Technology SA

### Pour de plus amples renseignements

Hans-Peter Nehmer

Téléphone: 058 358 88 01; e-mail: hanspeter.nehmer@allianz.ch

Bernd de Wall

Téléphone: 058 358 84 14; e-mail: bernd.dewall@allianz.ch

## **À propos du groupe Allianz Suisse**

Avec un volume de primes de plus de 3,7 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 d'un million de 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 près de 120 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). Par ailleurs, elle est sponsor principal de la Journée du cinéma Allianz qui a lieu dans toute la Suisse, et a également donné son nom aux manifestations Allianz Cinema à Zurich, Bâle et Genève.