

# Communiqué de presse

## Résultat annuel d'Allianz Suisse: stabilité des affaires et satisfaction élevée de la clientèle

- Dans les affaires Choses, les primes augmentent de 0,4% malgré les conditions difficiles liées au coronavirus
- À contre-courant du marché, les affaires Vie individuelle progressent de 0,6%; le volume des primes des affaires Vie collective enregistre un recul de 13,7% en raison de l'absence de l'effet spécial de l'exercice précédent
- Le bénéfice opérationnel affiche une hausse de 1,7%, à CHF 366,6 millions
- Les effets positifs et négatifs du coronavirus s'équilibrent en ce qui concerne les sinistres
- La satisfaction de la clientèle dans les affaires Choses et Vie est maintenue à un niveau élevé malgré le télétravail

**Wallisellen, 17 mars 2021 – Grâce à un portefeuille d'affaires bien diversifié, des canaux de distribution solides et une gestion prudente des risques et des investissements, le groupe Allianz Suisse a bien résisté à la crise du coronavirus à ce jour et a pu clore un exercice solide. Le volume total des primes a certes diminué de 5,0%, à CHF 3690,3 millions, mais cette baisse est principalement due à l'absence de l'effet spécial de l'exercice précédent dans les affaires Vie collective. Dans les deux branches Choses et Vie individuelle, Allianz Suisse a réussi à rattraper son retard malgré le confinement du printemps et la fermeture temporaire des agences pour les clients; elle a même augmenté légèrement son volume de primes au cours de l'année. En raison des charges liées au coronavirus, le ratio coûts/sinistres affiche une hausse de 0,6 point de pourcentage, à 91,1%. Allianz Suisse a pu maintenir son bénéfice opérationnel à un niveau élevé, à CHF 366,3 millions (+1,7% par rapport à l'exercice précédent).**

Severin Moser, CEO d'Allianz Suisse, souligne: «L'année dernière marquée par le coronavirus a été très exigeante pour nos clients et notre personnel. Au vu de ces conditions extrêmement difficiles, je suis très satisfait de ce que nous avons accompli. Nous avons bien résisté à la crise jusqu'à présent grâce à notre portefeuille d'affaires bien diversifié, à la solidité de nos canaux de distribution, à une gestion prudente des risques et des investissements et à notre assise financière. Avec beaucoup de motivation et de passion,

notre service externe a par exemple réussi à rattraper son retard après le confinement et a conclu de nouvelles affaires intéressantes avec des clients privés et entreprises, en particulier à la fin de l'année. Un résultat dont je suis particulièrement heureux: même si la plupart d'entre nous télétravaillent, nous avons pu consolider nos places en tête de classement en termes de satisfaction de la clientèle selon les enquêtes réalisées pour le secteur de l'assurance (Net Promoter Score). De ce fait, je suis convaincu que nous sortirons plus forts de la crise. Il nous faut à présent espérer qu'une reprise économique rapide accompagnera la vaccination généralisée en Suisse.»

### **Affaires Choses: les effets positifs et négatifs s'équilibrent**

Les affaires Choses ont légèrement progressé en 2020 malgré les conditions difficiles liées au coronavirus. Avec une hausse des primes de 0,4%, elles s'établissent à CHF 2019,1 millions (exercice précédent: CHF 2011,4 millions). Cette croissance est attribuable en grande partie aux affaires Entreprises. Le volume des primes de l'assurance véhicules à moteur, traditionnellement fort, s'est maintenu à un niveau élevé. «C'est précisément dans cette branche, spécialement importante pour nous, que nous déploierons à grande échelle cette année notre nouvelle assurance véhicules à moteur «Drive», lancée en mai 2020 via notre assureur direct ELVIA. Ce produit flexible permet des offres plus individualisées et est assorti de tarifs attractifs. Mais les affaires Entreprises restent également un axe stratégique important», annonce Severin Moser.

En ce qui concerne la charge des sinistres liés au coronavirus, elle a été limitée pour Allianz Suisse qui ne propose pas d'assurance contre les épidémies ou les pandémies. En revanche, le volume des prestations versées a augmenté, notamment dans le cadre de l'assurance d'indemnités journalières en cas de maladie. Dans l'ensemble, les effets positifs et négatifs du coronavirus se sont équilibrés et le taux de sinistres de 67,6% s'est quasiment maintenu au niveau de l'exercice précédent (+0,3 point de pourcentage). Le taux de frais affiche une hausse équivalente, à 23,5%, en raison des charges liées au coronavirus. Le ratio coûts/sinistres (ratio combiné) s'élève à 91,1% (exercice précédent: 90,5%). Grâce à un bon résultat des placements dans un environnement de marchés financiers volatils, ces effets ont également été compensés, ce qui a entraîné une augmentation du bénéfice opérationnel de 2,1%, à CHF 251,1 millions (exercice précédent: CHF 245,9 millions).

### **Exploiter le potentiel dans les affaires Vie**

Les affaires Vie ont également subi la frilosité de la clientèle pendant le confinement. Mais la crise du coronavirus et les problèmes non résolus dans les 1<sup>er</sup> et 2<sup>e</sup> piliers ont mis en évidence la nécessité d'une prévoyance vieillesse privée. Le segment Vie individuelle a ainsi légèrement augmenté de 0,6%, à CHF 378,1 millions, contrairement à la tendance du marché (-3,5% selon l'ASA), contre CHF 375,8 millions l'exercice précédent. «Notre potentiel à soutenir les clients avec des solutions de prévoyance à l'avenir ne cesse d'augmenter. Dans ce cadre, nous nous concentrons sur des produits flexibles, et donc adaptables aux besoins de nos clients», déclare Stefan Rapp, CFO d'Allianz Suisse.

En l'absence de l'effet spécial de l'année précédente, les affaires Vie collective ont enregistré un recul des primes de 13,7%, à CHF 1 293,2 millions (exercice précédent: CHF 1497,8 millions), un résultat conforme aux attentes. Il est toutefois apparu clairement que les clients entreprises appréciaient la sécurité et les garanties de l'assurance complète, surtout en ces temps de crise – la demande reste élevée, notamment de la part des PME. Stefan Rapp: «Nous sommes convaincus par le modèle de l'assurance complète et nous nous positionnons comme un partenaire de confiance grâce à notre solidité financière.»

Le volume total des primes des affaires Vie a atteint CHF 1671,2 millions, soit un recul de 10,8% dû à l'absence d'effets spéciaux (exercice précédent: CHF 1873,5 millions). Le bénéfice opérationnel a augmenté de 0,9% par rapport à l'exercice précédent (CHF 114,4 millions) pour s'établir à CHF 115,4 millions.

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

En millions de CHF	2020	2019	Variation en % p/r EP
Encaissements de primes bruts du groupe	3 690.3	3 884.9	-5.0
Encaissements de primes bruts Non-vie	2 019.1	2 011.4	0.4
Encaissements de primes bruts statutaires Vie	1 671.2	1 873.5	-10.8
Primes acquises groupe	2 385.5	2 379.9	0.2
Prestations et provisions d'assurance et autres	1 819.5	1 866.3	-2.5
Frais	592.6	571.6	3.7
Résultat des investissements opérationnels	393.2	418.3	-6.0
Résultat opérationnel	366.6	360.3	1.7
Bénéfice annuel	304.4	294.4	3.4
Ratio combiné Non-vie	91,1%	90,5%	+0,6% pt %

- 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 3,6 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.