

18.03.2016 - 10:30 Uhr

## Résultat de l'exercice 2015: Allianz Suisse réalise une bonne performance

Wallisellen (ots) -

- Le bénéfice opérationnel s'élève à CHF 341,9 millions, soit une hausse de 0,5% par rapport à l'exercice précédent
- Les affaires Choses progressent de 1,2%, un taux supérieur à celui du marché
- Le portefeuille enregistre une forte croissance nette (+ 16 000 clients)
- Le ratio coûts/sinistres, à 89,5%, affiche la valeur la plus faible depuis dix ans
- Le modèle d'affaires est résolument axé sur les besoins des clients

Malgré les conditions économiques difficiles, le groupe Allianz Suisse est passé à la vitesse supérieure au deuxième semestre. Dans les affaires Choses, les initiatives de croissance prises ont porté leurs fruits, comme le montrent la hausse de 1,2% des recettes de primes, à CHF 1837,4 millions et la croissance nette du portefeuille, à hauteur de 16 000 clients. Le recul des encaissements de primes a ainsi été très largement compensé du fait de la focalisation accrue sur la souscription dans les affaires Vie. À CHF 3807,4 millions, le volume total de primes du groupe Allianz Suisse est quasiment resté au niveau de l'exercice précédent (CHF 3831,5 millions). Le bénéfice opérationnel a augmenté de 0,5%, passant à CHF 341,9 millions (exercice précédent: 340,0 millions de francs). Le ratio coûts/sinistres (ratio combiné), à 89,5%, affiche la valeur la plus faible depuis dix ans grâce à une sinistralité favorable.

«Je suis très satisfait du résultat global, nous avons réalisé une très belle performance», résume Severin Moser, CEO d'Allianz Suisse. «Nos initiatives de croissance dans les affaires Choses ont déployé leurs effets au fil de l'année et nous avons orienté encore davantage notre modèle d'affaires sur les besoins des clients dans un monde de plus en plus digital. Il s'agit désormais de poursuivre sur cette lancée et de renforcer notre focalisation sur la satisfaction de la clientèle: en effet, seul un client satisfait recommandera nos produits et nos services à sa famille et à ses amis. Cette année aussi, nous voulons enregistrer une croissance des primes supérieure à celle du marché, mais les défis sont de taille», indique Severin Moser. Dans les affaires Vie en particulier, les décisions de la Banque nationale suisse (BNS) d'abandonner le cours plancher de l'euro et d'introduire des taux négatifs ne nous faciliteront pas la tâche. «Nous nous sommes fixé des défis et avons fait notre travail en étouffant les réserves d'intérêt et en adaptant notre offre de produits au nouvel environnement», souligne Severin Moser.

### Croissance des affaires Choses supérieure à celle du marché

Alors que la croissance moyenne du marché dans les affaires Choses a été d'environ 0,5% en Suisse en 2015 (selon les estimations de l'Association Suisse d'Assurances, ASA), Allianz Suisse a pu accroître ses encaissements de primes de 1,2%, à CHF 1837,4 millions (exercice précédent: CHF 1814,9 millions). Les assurances véhicules à moteur, qui affichent une hausse globale de 2,7% en 2015, ont été le principal vecteur de cette croissance. En outre, le nouveau produit CombiRisk Business, lancé en juin, qui se distingue par un nombre accru de services offerts aux clients Entreprises et une complexité réduite en termes de contrats et de couvertures, a été très bien accueilli. Parallèlement, Allianz Suisse a profité d'une sinistralité positive, avec moins d'événements naturels et de dommages importants. Le ratio coûts/sinistres (ratio combiné) enregistre une baisse de 1,5 point de pourcentage, à 89,5%, soit un plus bas sur dix ans (exercice précédent: 91,0%).

L'évolution positive dans les affaires Choses se traduit par un bénéfice opérationnel en nette hausse: il a pu atteindre CHF 261,7 millions, soit un gain de 9,3% par rapport à la période correspondante de l'exercice précédent (239,4 millions de francs). Du fait des amortissements et des réévaluations des placements, le bénéfice annuel, à CHF 192,1 millions, affiche un léger recul, à hauteur de 1,3%, (exercice précédent: 194,6 millions).

«Dans les affaires Choses en particulier, nous avons bien progressé l'année dernière, tant en matière d'innovation produit que d'initiatives digitales. Avec notre nouvelle offensive en ligne (première offre indicative d'assurance véhicules à moteur établie après la saisie de seulement cinq informations), nous prenons une place de leader sur le

«marché et permettons aux clients de faire de nouvelles expériences. Globalement, nous sommes sur la bonne voie», affirme Severin Moser.

#### Frilosité persistante dans les affaires Vie

Compte tenu du durcissement de la situation sur le plan des taux d'intérêt, la focalisation sur la souscription de nouvelles affaires en Vie reste la priorité. Logiquement, les encassemens de primes de primes ont donc reculé de 2,3%, à CHF 1970,0 millions au total (exercice précédent: \*CHF 2016,5 millions). Ce recul se répartit presque équitablement entre les affaires Vie individuelle (-2,0%) et Vie collective (-2,4%) et concerne avant tout les affaires à prime unique. Concernant les nouvelles affaires, l'accent est mis sur les produits Vie comprenant une part garantie et une part de rendement pouvant être choisies librement et garantissent des marges positives y compris en période de faiblesse persistante des taux. Ainsi, la part du produit orienté sur le rendement Balance Invest dans les nouvelles affaires en Vie individuelle était déjà supérieure à 66% à la fin 2015.

En raison du renforcement des réserves de taux d'intérêt qui a suivi la décision de la BNS, le bénéfice opérationnel a dévissé de 20,3%, à CHF 80,1 millions dans les affaires Vie (exercice précédent: CHF 100,6 millions) et le bénéfice annuel de 17,8%, à CHF 66,3 millions (exercice précédent: (CHF 80,6 millions).

«Une fin de la période de taux bas n'est pas à prévoir et la volatilité se poursuit sur les marchés financiers. C'est la raison pour laquelle la stabilité des affaires et la sécurité sont en tête des priorités de nos clients», indique Stefan Rapp, CFO d'Allianz Suisse, pour résumer les défis posés par les affaires Vie. Dans le même temps, il voit cependant dans cette situation des opportunités à saisir: «Compte tenu des prévisions de baisse des taux, une réduction des avoirs de vieillesse est prévue. Le besoin de produits de prévoyance sera donc plus élevé afin de combler les lacunes ainsi générées. C'est pour nous l'occasion de proposer à nos clients des solutions de prévoyance attractives», souligne Stefan Rapp. Allianz Suisse met par exemple sur pied une fondation collective semi-autonome pour proposer en particulier aux petites et moyennes entreprises des solutions de prévoyance sur mesure à des conditions avantageuses.

Contact:

Hans-Peter Nehmer  
téléphone: 058 358 88 01  
e-mail: [hanspeter.nehmer@allianz.ch](mailto:hanspeter.nehmer@allianz.ch)

Bernd de Wall  
téléphone: 058 358 84 14  
e-mail: [hanspeter.nehmer@allianz.ch](mailto:hanspeter.nehmer@allianz.ch)

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100008591/100785568> abgerufen werden.