Allianz

Allianz Suisse

24.08.2016 – 11:15 Uhr

Allianz Suisse continue sur sa lancée positive au premier semestre

Wallisellen (ots) -

- Dans les affaires Choses, le volume de primes progresse de 1,9% à CHF 1369,9 millions.
- Au premier semestre, le groupe Allianz Suisse dégage un résultat opérationnel en hausse de 2,6% à CHF 170,9 millions.
- Le bénéfice semestriel augmente de 12,2% à CHF 141,9 millions.
- Le portefeuille de clients enregistre à nouveau une forte croissance nette (+16 000).
- Les nouveaux produits et les initiatives digitales portent leurs fruits.

Le groupe Allianz Suisse confirme, sur les six premiers mois de 2016, la tendance positive de l'exercice précédent. Au premier semestre déjà, il a acquis 16 000 nouveaux clients, soit autant que sur l'ensemble de l'année 2015. Par rapport à la même période de l'an dernier, Allianz Suisse a amélioré son résultat opérationnel de 2,6% à CHF 170,9 millions (année précédente: CHF 166,6 millions) malgré les difficultés persistantes sur le marché. Grâce aux bénéfices provenant de cessions immobilières et à des amortissements plus faibles sur des fonds obligataires, l'assureur a vu son bénéfice semestriel croître de 12,2%, à CHF 141,9 millions (année précédente: 126,5 millions). Les affaires Choses ont elles aussi connu une évolution réjouissante, puisque les primes se sont inscrites à CHF 1369,9 millions, en progression de 1,9% (année précédente: CHF 1343,9 millions). En Vie, le volume des primes s'est contracté de 13,2% pour s'établir à CHF 1268,1 millions, en raison de la politique de souscription sélective qu'Allianz Suisse continue à mener.

«La forte croissance de la clientèle et l'évolution des activités Choses surtout me permettent d'envisager l'avenir avec confiance. Nous avons également poursuivi sur notre lancée positive de l'exercice précédent», se réjouit Severin Moser, CEO d'Allianz Suisse. «Nous avons fait le choix d'une orientation stratégique résolue vers les clients, lancé de nouveaux produits dans les affaires Particuliers et Entreprises et investi dans des initiatives stratégiques. Autant d'efforts qui portent leurs fruits. Il nous faut maintenant confirmer cette bonne performance sur le reste de l'année. Notre objectif est de croître plus vite que le marché et de consolider notre rentabilité», poursuit Severin Moser.

Les affaires Choses continuent de progresser

Avec une croissance de 1,9% du volume des primes à CHF 1369,9 millions, les affaires Choses d'Allianz Suisse ont continué leur progression durant les six premiers mois de 2016. La hausse de la demande d'assurances casco pour véhicules à moteur, le produit CombiRisk Business, adapté aux besoins des petites et moyennes entreprises (PME), ainsi que les assurances de protection juridique ont été les principaux moteurs de cette évolution. Lancée en février, la nouvelle marque en ligne ELVIA s'est rapidement et solidement implantée sur le marché. «En lançant la marque directe ELVIA, nous voulions établir une séparation claire des marques et pouvoir ainsi réagir plus facilement aux besoins des clients qui utilisent uniquement le contact en ligne. Cette stratégie s'est avérée payante, se félicite Severin Moser. La croissance enregistrée ces premiers mois par rapport à notre ancienne marque directe Allianz24 le prouve.»

Grâce à une discipline des coûts stricte, le ratio coûts/sinistres (ratio combiné) a reculé de 0,4 point de pourcentage par rapport à la même période de l'exercice précédent et atteint 90,9%. Le résultat opérationnel dans les affaires Choses s'est établi à CHF 125,2 millions au premier semestre, ce qui correspond à une hausse de 1,6%. Le bénéfice semestriel, pour sa part, a bondi de 14,7% à CHF 105,8 millions (année précédente: CHF 92,2 millions), à la faveur de la croissance des primes acquises et de réalisations dans le domaine de la gestion du portefeuille immobilier.

Affaires Vie: tassement des primes, hausse du bénéfice

Compte tenu de la faiblesse persistante des taux d'intérêt en Suisse, Allianz Suisse a poursuivi sa politique de prudence en matière de souscription dans le domaine Vie au premier semestre 2016. Par conséquent, les recettes

de primes ont reculé de 13,2% à CHF 1268,1 millions (contre CHF 1460,2 millions un an plus tôt). Ce repli est avant tout imputable aux affaires à prime unique tant en Vie individuelle qu'en Vie collective. «L'an dernier déjà, nous avons cessé jusqu'à nouvel avis la vente de produits traditionnels à prime unique et de produits de rente. Pour nous, la priorité absolue reste la solidité de nos affaires», rappelle Stefan Rapp, CFO d'Allianz Suisse.

Allianz Suisse se concentre dès lors sur la vente de produits qui offrent aux clients sécurité et rendement même en période de taux faibles. «Avec Balance Invest, nous disposons déjà d'une solution très attrayante pour les particuliers et développons actuellement de nouvelles offres de produits. Par ailleurs, avec la constitution d'une fondation collective semi-autonome, nous avons élargi notre portefeuille de produits dans le domaine LPP également. Le client a désormais le choix entre l'assurance globale et la solution semi-autonome. Cette dernière offre aux entreprises affiliées des rendements attendus à long terme supérieurs, pour des coûts inférieurs», conclut Stefan Rapp.

Malgré de nouveaux renforcements des provisions, Allianz Suisse a réalisé un résultat opérationnel de CHF 45,7 millions, en hausse de 5,3% (année précédente: CHF 43,4 millions), et un bénéfice semestriel de CHF 36,1 millions, ce qui correspond à une croissance de 5,3% également (année précédente: CHF 34,2 millions).

Contact:

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

Bernd de Wall
téléphone: 058 358 84 14
courriel: bernd.dewall@allianz.ch

Diese Meldung kann unter https://www.presseportal.ch/fr/pm/100008591/100791839 abgerufen werden.