Allianz

Allianz Suisse

30.03.2017 – 11:15 Uhr

Résultat de l'exercice 2016: Allianz Suisse acquiert 27 000 nouveaux clients et poursuit sa progression dans les affaires Choses

Wallisellen (ots) -

- Le groupe Allianz Suisse augmente son bénéfice annuel de 1,5% à CHF 262,4 millions.
- Le portefeuille enregistre encore une forte croissance nette (+ 27 000 nouveaux clients).
- Les affaires Choses progressent de 2,3%, à CHF 1880,1 millions, soit à un rythme sensiblement supérieur à celui du marché.
- Les initiatives digitales et l'orientation clientèle systématique portent leurs fruits.

Malgré les incertitudes politiques et économiques, le groupe Allianz Suisse a continué sur la voie de la réussite en 2016. Les affaires Choses ont progressé de 2,3%, soit à un rythme plus de deux fois supérieur à celui du marché. En forte hausse pour la deuxième année consécutive, la croissance nette du portefeuille s'est traduite par l'acquisition de 27 000 nouveaux clients (exercice précédent: + 16 000). Le volume de primes des affaires Vie a fléchi en raison d'une certaine frilosité et s'est établi à CHF 1758,8 millions, contre CHF 1970,0 millions l'année précédente, mais le bénéfice annuel a augmenté de 1,5%, à CHF 262,4 millions.

«Cet exercice a été passionnant, et pas uniquement au niveau politique. Nous avons très bien résisté dans ce contexte marqué par les incertitudes et avons encore renforcé notre position dans les affaires Choses en Suisse. Les clients ont apprécié nos offres, comme en témoigne la forte croissance de notre portefeuille, qui tient notamment aux énormes progrès accomplis dans l'ensemble des canaux de vente, gammes de produits et services. Nous avons, par exemple, développé le service externe et proposé sur notre site www.allianz.ch un calculateur de prime innovant et une nouvelle fonction de chat. Je suis très satisfait du bénéfice annuel, qui dépasse nos attentes», affirme Severin Moser, CEO d'Allianz Suisse. Concernant l'avenir proche, il déclare: «Les incertitudes demeureront élevées en 2017 en raison d'élections majeures en Europe et de leur impact sur les marchés des capitaux. Nous entendons cependant continuer à garantir des prestations de pointe à nos clients et poursuivre notre croissance rentable et durable sur cette base. Malgré les défis liés aux taux d'intérêt négatifs, les affaires Vie recèlent encore un grand potentiel, en particulier dans la prévoyance vieillesse privée, et nous l'exploiterons de manière plus ciblée grâce à des produits axés sur les besoins et préservant le capital.»

Croissance des affaires Choses sensiblement supérieure à celle du marché

Les effets positifs de l'orientation clientèle systématique sont particulièrement visibles dans les affaires Choses, où les encaissements de primes ont progressé de 2,3% pour s'établir à CHF 1880,1 millions (exercice précédent: CHF 1837,4 millions). Les affaires Choses ont donc affiché une croissance deux fois plus rapide que celle du marché, qui s'est inscrite en moyenne à 1,1% en 2016 selon les estimations de l'Association Suisse d'Assurances (ASA). Cette progression découle principalement des assurances véhicules à moteur, qui ont enregistré une hausse de 2,5%.

«La tendance observée dans les affaires Choses va indéniablement dans la bonne direction, notamment grâce à nos solides canaux de distribution, tels que les agences générales, les courtiers et les coopérations, ainsi qu'à notre nouvelle stratégie digitale. Par exemple, la nouvelle marque directe ELVIA s'est bien établie sur le marché dès sa première année d'existence et présente des taux de croissance élevés. Dans le même temps, nous sommes parvenus à associer le nouvel environnement digital au conseil classique, qui demeurera à l'avenir l'un des piliers de nos prestations à la clientèle. Nous devons être présents pour nos clients sur tous les canaux de distribution; à l'ère digitale, nous apportons une attention accrue à une communication moderne et simple avec nos clients. Les affaires avec les petites et moyennes entreprises (PME) constituent également l'une de nos priorités», précise Severin Moser quant à l'avenir d'Allianz Suisse.

Le taux de sinistres a augmenté de 1,7 point de pourcentage principalement en raison de dommages industriels importants, mais le taux de frais est resté inchangé. Le ratio coûts/sinistres (ratio combiné) s'est donc inscrit à

91,2% (exercice précédent: 89,5%), soit une imputation du bénéfice opérationnel supérieure de 7,4% à celle de 2015. Le bénéfice annuel des affaires Choses est légèrement inférieur à celui de l'exercice précédent (CHF 189,0 millions contre CHF 192,1 millions).

Affaires Vie: tassement des primes, hausse du bénéfice

Le niveau des taux d'intérêt n'ayant pas changé en Suisse l'an dernier, Allianz Suisse a de nouveau privilégié la stabilité des affaires et la sécurité des prestations aux clients dans les activités Vie. Elle a donc conservé sa politique de souscription sélective dans les affaires Vie individuelle et Vie collective, les encaissements de primes reculant dans l'ensemble de 10,7% à CHF 1758,8 millions (exercice précédent: CHF 1970,0 millions). Ceux-ci ont diminué de 3,3% dans les affaires Vie individuelle pour s'inscrire à CHF 309,7 millions. Dans la Vie collective, les encaissements de primes périodiques sont demeurés pratiquement au même niveau que l'année précédente (respectivement CHF 163,5 millions et CHF 163,8 millions), tandis que les primes uniques ne totalisaient plus que CHF 19,7 millions (exercice précédent: CHF 54,7 millions). Compte tenu d'une certaine frilosité dans les activités LPP, les encaissements de primes dans les affaires Vie collective ont baissé de 16,1% au total, à CHF 183,2 millions (exercice précédent: CHF 218,5 millions).

Malgré de nouveaux renforcements des réserves de garantie d'intérêt, les affaires Vie ont enregistré une hausse du bénéfice annuel, qui s'est inscrit à CHF 73,4 millions (exercice précédent: CHF 66,3 millions), grâce au résultat plus élevé des placements.

«La situation reste difficile en raison de la faiblesse des taux d'intérêt», indique Stefan Rapp, CFO d'Allianz Suisse. «Nous voulons néanmoins saisir les opportunités qui se présentent et proposer aux clients des produits intéressants pour leur prévoyance vieillesse privée.» Début 2017, Allianz Suisse a lancé Comfort Saving et Comfort Saving Plus, de nouvelles solutions de prévoyance destinées aux clients soucieux de sécurité: les primes d'épargne sont garanties à 100% à l'échéance et les clients peuvent bénéficier sans délai des hausses de taux et du résultat des placements d'Allianz Suisse. «Les produits non classiques qui sont efficients en termes de capital et recèlent donc un potentiel de performance accru pour les clients représentent désormais plus de 80% de nos nouvelles affaires Vie individuelle. Il convient de poursuivre le développement de ce Business Mix», souligne Stefan Rapp.

Contact:

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

Bernd de Wall
téléphone: 058 358 84 14
e-mail: hanspeter.nehmer@allianz.ch

Diese Meldung kann unter https://www.presseportal.ch/fr/pm/100008591/100800815 abgerufen werden.