

22.08.2017 – 10:45 Uhr

## Premier semestre 2017: Allianz Suisse affiche toujours une solide croissance de clientèle

Wallisellen (ots) -

- Le portefeuille de clients fait à nouveau état d'une forte croissance nette (+15 000)
- Dans les affaires Choses, le volume de primes progresse de 2,9% à CHF 1409,2 millions
- Le bénéfice opérationnel dégagé par le groupe Allianz Suisse reste quasiment inchangé à CHF 170,4 millions

Le groupe Allianz Suisse poursuit sur la voie de la réussite au premier semestre 2017, s'inscrivant dans la droite ligne de l'exercice précédent. En forte hausse, la croissance nette du portefeuille s'est traduite par l'acquisition de 15 000 nouveaux clients. Dans les affaires Choses, les encaissements de primes ont augmenté à CHF 1409,2 millions malgré un marché saturé, soit une progression notable de 2,9%. Le volume des primes du groupe Allianz Suisse s'est accru de 1,1% pour s'établir à CHF 2666,0 millions, tandis que le bénéfice opérationnel est resté quasiment inchangé à CHF 170,4 millions (exercice précédent: CHF 170,9 millions). Le recul des primes a ralenti dans les affaires Vie, leur volume s'inscrivant à CHF 1256,8 millions (-0,9% par rapport à l'exercice précédent). Allianz Suisse a par ailleurs conservé sa politique de souscription sélective.

«Nous faisons état d'une forte croissance de la clientèle pour la troisième année consécutive et avons en outre concrétisé nos ambitions de croissance dans les affaires Choses. Nous aspirons à maintenir cette cadence et à battre le marché également sur l'ensemble de l'exercice. À cet égard, le résultat confirme que nous sommes dans la bonne direction», déclare Severin Moser, CEO d'Allianz Suisse. «La croissance repose sur une large assise, portée aussi bien par les affaires Clients privés qu'Entreprises. Nos produits et nos services innovants trouvent un écho favorable auprès de notre clientèle. Aussi nous entendons poursuivre le développement de cette gamme à l'aune de notre nouvelle stratégie d'entreprise lancée en début d'année. Les affaires Vie recèlent également un grand potentiel, en particulier dans la prévoyance vieillesse privée, que nous entendons exploiter de manière ciblée grâce au nouveau ressort Vie et à de nouveaux produits et services numériques.»

### La cyberassurance: un marché très prometteur

Dans les affaires Choses, le volume des primes a augmenté de 2,9% à CHF 1409,2 millions (exercice précédent: CHF 1369,9 millions). Les affaires véhicules à moteur et entreprises ont été les principaux vecteurs de cette croissance réjouissante. «Notre nouvelle cyberassurance pour PME constitue une solution intéressante qui s'inscrit dans l'air du temps. En effet, après la récente vague de cyberattaques qui a déferlé à l'échelle mondiale, la sécurité informatique est devenue un thème crucial pour les entreprises. Peu de temps après son lancement, cette nouvelle solution est déjà très plébiscitée. J'estime d'ailleurs que les cyberassurances deviendront bientôt aussi évidentes que les assurances ménage ou véhicules à moteur. C'est pourquoi nous avons également étoffé notre offre en ligne pour les clients privés avec des modules attractifs - par exemple, la protection juridique - qui permettent de soutenir les victimes de cyberharcèlement ou d'usurpation d'identité sur Internet», explique Severin Moser.

Le ratio coûts/sinistres (ratio combiné) dans les affaires Choses a augmenté de 0,8 point de pourcentage à 91,7% en raison de la réalisation d'investissements axés sur la croissance. Le résultat net a reculé de 3,5% pour s'établir à CHF 120,8 millions au premier semestre (exercice précédent: CHF 125,2 millions), impacté par des effets exceptionnels hors résultat opérationnel de l'exercice précédent (gains réalisés sur les biens immobiliers) .

### Un ralentissement du recul dans les affaires Vie

Au vu de la faiblesse persistante des taux d'intérêt, Allianz Suisse a conservé sa politique de souscription sélective dans les affaires Vie au premier semestre. Le fléchissement des primes a toutefois ralenti au cours de cette période, leur volume n'ayant reculé que de 0,9% pour s'inscrire à CHF 1256,8 millions (exercice précédent: CHF 1268,1 millions). «L'évolution des taux aux États-Unis et en zone euro ne constitue actuellement qu'une lueur d'espérance; en Suisse, malgré de légères améliorations, les taux d'intérêt demeureront bas à moyen terme», déclare

Stefan Rapp, CFO d'Allianz Suisse. «Indépendamment de ces considérations, nous avons étendu notre gamme avec le lancement du nouveau produit vie Comfort Saving. Cette solution est principalement destinée aux clients soucieux de sécurité qui, d'une part, recherchent une sécurité financière à long terme dans le contexte de taux bas et, d'autre part, souhaitent bénéficier de notre expertise en matière de placement. Étant donné que la prévoyance privée revêt une importance croissante pour nos clients, nous mettrons à l'avenir les bouchées doubles sur ce thème.»

Dans la mesure où Allianz Suisse a moins renforcé les provisions de garantie d'intérêt par rapport à la même période de l'exercice précédent, le bénéfice opérationnel a bondi de 8,4% à CHF 49,5 millions (exercice précédent: CHF 45,6 millions).

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/100008591/100805841> abgerufen werden.