

Paris, le 26 novembre 2015

Swiss Life France présente Swiss Life 2018 : son nouveau programme stratégique à 3 ans

Swiss Life en France met en œuvre de nouvelles initiatives pour poursuivre une stratégie gagnante depuis de nombreuses années qui s'appuie sur un positionnement original d'assureur gestion privée, intégrant fortement les offres en assurance vie, banque privée et gestion d'actifs.

Cette stratégie a permis à Swiss Life France au cours des dix dernières années de surperformer le marché français, de poursuivre sa croissance rentable et d'améliorer sa profitabilité.

Depuis son dernier plan à trois ans (Swiss Life 2015), son chiffre d'affaires a augmenté en moyenne de 6% par an depuis 2011, tiré principalement par l'assurance vie, avec une croissance de 8% en moyenne des encours et un fort développement des unités de compte.

Grâce notamment à une segmentation fine et pertinente en termes d'offres, de clients et de réseaux de distribution, avec une orientation claire vers les clients patrimoniaux, Swiss Life France a ainsi fortement contribué à la diversification des revenus du groupe avec une part de produits « non traditionnels » de 75% (Vie UC, Prévoyance, santé, dommages) et une augmentation significative de ses revenus issus des fees et commissions.

Dans le même temps, Swiss Life a réussi à améliorer sa profitabilité avec un résultat opérationnel passant de 100 à 178 millions d'euros entre 2011 et 2014 grâce à :

- Une croissance rentable et une amélioration constante de son mix business,
- Une gestion attentive des coûts malgré la forte croissance,
- Un product management rigoureux,
- Une politique stricte de gestion des risques et des marges, en particulier en termes de gestion actif/passif,
- et une stratégie d'investissements performante malgré la baisse des taux.

Le programme Swiss Life 2018 vise à renforcer durablement la compétitivité de Swiss Life France et son attractivité auprès de ses clients et apporteurs, malgré le contexte économique et financier difficile, l'environnement juridique, fiscal et réglementaire toujours sous tension, et alors que les attentes des clients sont en forte évolution à l'heure du digital.

Capitalisant sur sa marque forte, reconnue sur le marché, la qualité de son offre, le conseil à forte valeur ajoutée et une qualité de service de haut niveau, le programme Swiss Life 2018 repose sur 3 ambitions :

- Renforcer et enrichir le modèle « assureur gestion privée » de Swiss Life France ;
- Accélérer sa transformation digitale pour renforcer son orientation clients et son efficacité opérationnelle ;
- Poursuivre le développement ciblé de son modèle de multidistribution, avec notamment une accélération du développement sur le marché de l'entreprise.

Swiss Life 2018 au niveau Groupe :

La stratégie de Swiss Life France s'inscrit pleinement dans le programme « multi-local » Swiss Life 2018 annoncé par le groupe Swiss Life, et contribue à ses objectifs en termes de :

- **Qualité et croissance des revenus** (fee business, produits de risques, valeur des affaires nouvelles),
- **Renforcement de la solvabilité du groupe,**
- **Efficacité opérationnelle,**
- **Orientation clients et conseil.**

Les principaux objectifs financiers de Swiss Life France à fin 2018 sont les suivants :

- **Une croissance du chiffre d'affaires d'environ 20% ;**
- **Un quasi doublement du résultat sur les fees et commissions (fee result) ;**
- **Un maintien du résultat sur les produits de risques (risk result) ;**
- **Une augmentation substantielle de la valeur des Affaires Nouvelles ;**
- **Une stabilité des coûts malgré la croissance de l'activité et les investissements réalisés.**

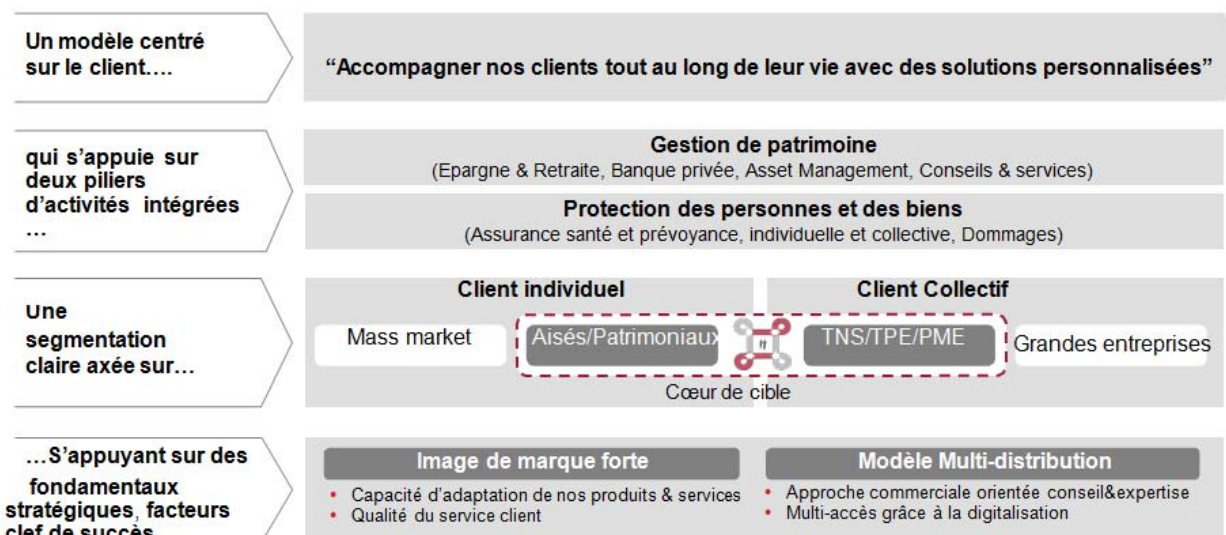
Lors de l'annonce de ce plan, Charles Relecom, CEO de Swiss Life France, a déclaré :

« Notre plan Swiss Life 2018 repose sur notre positionnement stratégique différenciant et les atouts-clés qui ont fait le succès de Swiss Life France ces dernières années. Je suis convaincu que nous allons cette fois encore relever cet ambitieux challenge qui va nous permettre de renforcer de manière durable notre compétitivité et de conforter l'attractivité de Swiss Life France auprès de ses clients et apporteurs ».

Swiss Life France : un positionnement stratégique unique sur le marché français

Swiss Life France est un fournisseur de premier plan de solutions globales en matière de gestion patrimoniale et de protection des personnes et des biens, à destination de clients particuliers et entreprises.

Ce modèle unique est destiné à accompagner une clientèle premium de particuliers et d'entreprises, tout au long de leur existence, dans leur sphère tant privée que professionnelle. Il repose sur une multidistribution performante associée à la pertinence du conseil et la qualité de ses services.



Swiss Life 2018 : un programme articulé autour de 3 ambitions :

1. Renforcer et enrichir son modèle assureur gestion privée

Les réalisations précédentes ont montré la pertinence de la stratégie de Swiss Life, basée sur un modèle « assurance et banque privée » unique sur le marché français.

Swiss Life va poursuivre son développement auprès de la clientèle aisée et patrimoniale qui a fortement contribué à sa surperformance sur le marché français : c'est une clientèle à fort potentiel de croissance, et qui est, par ailleurs, plus fidèle et plus appétente au risque. Swiss Life a augmenté sa base de clients aisés et patrimoniaux de 21% entre 2011 et 2014 (dont 19 000 clients patrimoniaux, en augmentation de 43%, représentant 45% des encours vie à fin 2014).

Swiss Life s'appuiera par ailleurs sur sa légitimité à la fois en termes de métier et de connaissance clients pour capitaliser sur l'accès privilégié qu'elle a tissé avec les entrepreneurs, TNS et patrons de TPE/PME dans le domaine patrimonial, pour les conseiller et leur proposer des solutions répondant à leurs besoins professionnels.

En effet, Swiss Life est déjà présent sur le marché de l'assurance collective, qui représente 27 % de son chiffre d'affaires, et détient environ 10% de part de marché en retraite des Travailleurs Non Salariés.

Les objectifs de cette ambition sont les suivants :

- Accroître le nombre de clients aisés et patrimoniaux ;
- Capitaliser sur sa part de marché et cette clientèle patrimoniale de décideurs pour lui proposer des solutions d'assurance collective dans leur sphère professionnelle et ainsi renforcer sa position en assurance collective auprès des Entreprises, notamment TNS, TPE et PME ;
- Continuer à augmenter la part d'unités de compte dans les encours au travers de la collecte nette et de la transformation des encours.

2. Accélérer sa transformation digitale pour renforcer son orientation clients et son efficacité opérationnelle

Afin de répondre aux nouvelles attentes des clients en matière de parcours client et d'accès multi canal, Swiss Life France va accélérer sa transformation digitale par la poursuite de la modernisation de ses process et la digitalisation de ses outils. Cette démarche s'inscrit dans une orientation client globale qui vise à répondre aux besoins « hybrides » d'une clientèle patrimoniale qui recherche à la fois des services digitaux performants et un conseil à forte valeur ajoutée, qu'il soit délivré par ses réseaux de distribution ou des applications web.

Un large programme de transformation digitale a été lancé début 2015 au sein de Swiss Life France pour répondre aux nouvelles attentes des clients et des distributeurs.

La récente création de la Division Client et Transformation Digitale (DCTD) a pour ambition d'accélérer la transformation digitale des activités par une approche construite autour de l'expérience clients, visant à renforcer encore la transversalité déjà largement entamée concernant l'approche client.

Dans le cadre de Swiss Life 2018, ses principaux enjeux consisteront à :

- Améliorer la connaissance clients et tirer parti des enjeux de la Data ;
- Etendre la digitalisation de ses process à l'ensemble des métiers ;
- Enrichir le portail client « my swisslife » pour en faire l'outil privilégié de la relation client à distance,
- Offrir aux apporteurs un nouveau portail unique fédérant l'ensemble des outils commerciaux et d'aide à la vente ;
- Favoriser l'innovation continue par la mise en place d'un accompagnement transverse de l'idéation à la concrétisation du projet ;
- Accompagner ses collaborateurs dans la transformation digitale.

Associée à la poursuite d'une gestion optimale des coûts, la digitalisation contribuera également à améliorer encore l'efficacité opérationnelle et la compétitivité de Swiss Life en France. A horizon 2018, Swiss Life a pour objectif une stabilité de ses coûts malgré une croissance de l'activité et les investissements réalisés.

3. Poursuivre le développement de son modèle de multidistribution avec notamment une accélération du développement sur le marché de l'Entreprise

La Multidistribution est l'un des fondamentaux stratégiques de Swiss Life en France, qui a largement contribué à son développement ces dernières années.

Swiss Life a mené à bien un travail de positionnement et de segmentation de ses réseaux de distribution en fonction des segments de clientèles et d'une offre produits adaptée.

Dans le cadre de Swiss Life 2018, Swiss Life France poursuivra le développement de sa multidistribution, et s'attachera plus particulièrement à :

- Continuer à capitaliser sur ses réseaux propriétaires (agents généraux, conseillers commerciaux, banquiers privés de Swiss Life Banque privée) ;
- Poursuivre le développement des partenariats avec les CGPI et les banques privées qui constituent un marché important pour Swiss Life ;
- Développer la pertinence de son offre sur le courtage, comme axe clé de la poursuite du développement sur l'entreprise ;
- Développer de nouvelles initiatives notamment en vente directe et sur internet, pour tirer parti de la digitalisation et toucher la cible des « Henry's » (High Earners Not Rich Yet), sa clientèle patrimoniale de demain.

Pour mener à bien ces développements, Swiss Life investira aussi dans ses équipes commerciales, notamment par :

- L'adaptation des équipes commerciales pour se redévelopper sur le courtage afin d'accompagner le passage de l'individuel au collectif en santé et prévoyance ;
- La création d'une équipe commerciale dédiée à la promotion interne et externe de l'offre de Swiss Life en matière de gestion financière, en confiant à une équipe unique la promotion des solutions de Swiss Life Asset Managers, Swiss Life Banque Privée et sa filiale Swiss Life Gestion Privée ;
- La création d'une équipe commerciale dédiée en assurance emprunteur pour tirer parti de l'opportunité de la loi Hamon, faisant partie d'un dispositif nouveau comprenant :
 - o Un processus de souscription entièrement digitalisé, particulièrement fluide, qui offre un service ultra réactif à l'emprunteur comme à l'apporteur ;
 - o Une offre parmi les plus compétitives.

Swiss Life AM : Une gestion d'actifs performante au service des ambitions de Swiss Life France

Swiss Life Asset Managers va poursuivre sa croissance des actifs pour compte de tiers tout en s'appuyant sur la gestion des actifs des sociétés d'assurances.

Swiss Life Asset Managers apportera sa contribution à la réalisation de ce programme à 3 niveaux :

- La gestion d'actifs des compagnies d'assurance s'appuie sur une expérience de gestion du risque de plus de 150 ans. Dans un contexte de taux bas, l'objectif est d'assurer des résultats d'investissements stables dans la durée qui permettent de protéger les marges financières et de préserver la solvabilité des sociétés d'assurances.
- Poursuivant la dynamique des 3 dernières années, Swiss Life AM a pour objectif de continuer à croître significativement dans le domaine de la gestion d'actifs pour compte de tiers en offrant des solutions d'investissement intéressantes de gestion active, ajustées au risque. L'objectif fixé d'actifs sous gestion pour fin 2018 est de 50 milliards. Déjà largement reconnue pour ses expertises en gestion de taux et immobilier, Swiss Life AM cherchera à diversifier ses sources de revenus en exploitant pleinement ses capacités en ingénierie financière pour toutes les classes d'actifs, en renforçant son expertise actions et fonds diversifiés, et en développant de nouveaux mandats.
- Swiss Life Asset Managers est le premier gestionnaire immobilier en Europe, ce qui lui permet d'offrir à ses clients un accès unique au marché immobilier. En France l'activité immobilière de Swiss Life AM s'organise autour des activités de gestion du patrimoine des sociétés d'assurance, mais également assure la création et gestion de fonds et de mandats pour compte de tiers. Au sein de Swiss Life Asset Managers, Swiss Life Reim a notamment une expertise reconnue sur les OPCI.

A propos de Swiss Life

Acteur référent en assurance et gestion de patrimoine, Swiss Life se caractérise par un positionnement reconnu d'assureur gestion privé. Nous offrons une approche globale en assurance vie, banque privée, gestion financière, ainsi qu'en santé, prévoyance, dommages à nos clients particuliers et entrepreneurs, à titre privé et professionnel. Nous les accompagnons tout au long de leur vie, construisant une relation durable grâce à un conseil personnalisé. A l'écoute de leurs choix personnels, nous adaptons nos solutions aux évolutions de leurs besoins et d'une vie plus longue.

www.swisslife.fr

Contacts Presse :

Swiss Life

Anne-Marie Lasry-Weiller - 01 46 17 38 51 - annemarie.lasry@swisslife.fr

Véronique Eriaud - 01 46 17 27 27 - veronique.eriaud@swisslife.fr

Agence Hopscotch Capital

Mathilde Beainy – 01 58 65 00 73 - mbeainy@hopscotchcapital.fr

Chafia Baci – 01 58 65 00 76 - cbaci@hopscotchcapital.fr