

Paris, le 26 novembre 2021

Swiss Life France présente Swiss Life 2024 : Son nouveau programme stratégique à 3 ans

Le groupe Swiss Life a annoncé, le 25 novembre, son plan stratégique SL2024 aux investisseurs. Dans ce cadre, Swiss Life France a présenté sa contribution à ce nouveau programme à 3 ans, visant à poursuivre une stratégie gagnante depuis plus de 10 ans, basée sur un positionnement unique sur le marché français.

La pertinence de son modèle d'affaires se traduit par des choix stratégiques clairs centrés sur une croissance rentable et une capacité à s'adapter en tirant parti des évolutions majeures du marché de l'assurance. Il repose sur les éléments suivants :

- Une connaissance approfondie de ses clients et une segmentation claire sur les clients à haute valeur ajoutée ;
- Un positionnement « Assureur Gestion Privée » basé sur le conseil et une offre en assurance vie, banque privée et solutions financières destinée à des clients aisés et patrimoniaux ;
- Une qualité de l'offre proposée aux professionnels et TPE-PME en assurance santé, prévoyance et retraite ;
- Une capacité de multidistribution composée de réseaux propriétaires et ouverts orientés vers le conseil ;
- Une marque reconnue, synonyme de qualité et de confiance.

Cette stratégie solide combinée à une culture d'agilité entrepreneuriale ont permis à Swiss Life France de surperformer le marché français au cours des dix dernières années, de poursuivre sa croissance rentable et d'améliorer sa profitabilité. À titre d'exemple, depuis 10 ans, la croissance annuelle de son chiffre d'affaires en assurance vie s'est élevée à 9 % alors que celle du marché a été en recul de 1%, et la part des unités de compte, dans le chiffre d'affaires, a toujours été très nettement supérieure à celle du marché durant cette dernière décennie.

Swiss Life France terminera ainsi le plan Swiss Life 2021 en ayant atteint ses objectifs, malgré le contexte sanitaire et financier sur la période.

Capitalisant sur ses forces, Swiss Life France souhaite, au cours des 3 prochaines années, augmenter la puissance de son business model, notamment en tirant parti des évolutions et opportunités de marché, et tout en continuant à privilégier une croissance profitable sur le long terme.

Pour accompagner ces évolutions, le programme Swiss Life 2024 pour Swiss Life France repose sur 3 priorités stratégiques :

- Continuer à croître sur ses clientèles cibles ;
- Renforcer son modèle de multidistribution ;
- Améliorer la flexibilité et la scalabilité de son modèle opérationnel, ainsi que son efficience, avec une attention particulière à la satisfaction clients et apporteurs.

Swiss Life 2024 au niveau Groupe :

La stratégie de Swiss Life France s'inscrit pleinement dans le programme « multi-local » Swiss Life 2024 annoncé par le Groupe Swiss Life et contribue à ses orientations stratégiques en termes de :

- **Relation client ;**
- **Capacité de conseil ;**
- **Scalabilité opérationnelle ;**
- **Responsabilité sociétale d'entreprise.**

Swiss Life France contribuera aux objectifs financiers du Groupe Swiss Life, à fin 2024, tant en termes de résultat de risque que de résultat financier, combinés à une augmentation sensible du résultat sur les fees et commissions (fee result), avec une cible comprise entre 125M€ et 135M€.

Cela permettra d'augmenter la part des liquidités remontées au Groupe, avec une cible comprise entre 360M€ et 410M€ cumulés sur la période 2022-2024.

Lors de l'annonce de ce plan, Tanguy Polet, CEO de Swiss Life France, a déclaré :

« Notre plan, dans le cadre de Swiss Life 2024, repose sur notre positionnement stratégique différenciant et les atouts clés qui font le succès de Swiss Life France depuis plusieurs années. Notre ambition est d'augmenter la puissance de notre business model en tirant parti des évolutions et de nos savoir-faire, et accroître ainsi notre force de frappe. Je suis d'ores et déjà convaincu que nous allons cette fois, encore, relever cet ambitieux challenge qui va nous permettre de renforcer de manière durable notre croissance profitable et conforter l'attractivité de Swiss Life France auprès de ses clients et de ses apporteurs. Au-delà des objectifs financiers, notre volonté est bien qu'à travers ce plan, chaque partie prenante de l'entreprise, actionnaires, clients, partenaires et collaborateurs soit gagnante, avec une attention particulière portée à nos engagements sociétaux et environnementaux. »

Un programme articulé autour de 3 priorités stratégiques

- **Continuer à croître sur nos clientèles cibles**

La segmentation claire sur des cibles présentant un potentiel de développement est l'un des facteurs clés de succès de Swiss Life France et viendra soutenir sa croissance profitable sur les 3 prochaines années au travers des initiatives suivantes :

- Auprès des entreprises et TNS, Swiss Life poursuivra l'enrichissement de ses offres reconnues pour leur qualité, notamment par des garanties optionnelles en santé et prévoyance. En retraite, l'entreprise tirera parti de l'environnement post Loi Pacte qui

présente un potentiel de croissance élevé et sur lequel elle est particulièrement bien positionnée, avec une part de marché qui est passée de 9 à 11% sur les 3 dernières années.

- Après de la clientèle aisée et patrimoniale, Swiss Life proposera de nouvelles solutions de banque privée et développera son offre en unités de compte responsables à la fois en épargne et en retraite. Swiss Life est, en effet, convaincue qu'elle a un rôle à jouer dans l'accompagnement de cette clientèle, dont le potentiel d'impact est important en matière d'investissement responsable.

- **Renforcer notre modèle de distribution**

La stratégie de multidistribution de Swiss Life met l'accent sur les réseaux orientés vers le conseil à valeur ajoutée, ceci en totale cohérence avec ses cibles stratégiques et au service de sa raison d'être : « *Permettre à chacun de vivre selon ses propres choix.* ». Dans ce cadre, Swiss Life mettra notamment en œuvre les initiatives suivantes :

- Le développement de son réseau d'agents spécialisés en assurance de personnes et le recrutement de nouveaux banquiers privés ;
- Le renforcement de la présence sur Internet pour la commercialisation de produits d'assurance vie et retraite à travers sa filiale Placement-direct.fr ;
- Le développement de l'activité santé internationale et l'animation d'un réseau de distribution dédié incluant des services de gestion pour compte de tiers ;
- La poursuite du développement de partenariats avec des réseaux de distribution spécialisés en assurance vie, santé, prévoyance et dommages ;
- La poursuite du développement du réseau salarié dédié en assurance santé, Ma Santé Facile.

- **Améliorer la flexibilité et la scalabilité de notre modèle opérationnel, ainsi que notre efficience**

Afin de permettre la poursuite de la croissance de l'activité commerciale tout en garantissant une qualité de gestion adéquate, Swiss Life a pour objectif d'optimiser son modèle opérationnel par :

- Une sélection plus fine de ses distributeurs, avec un focus sur des critères qualitatifs, tels que l'utilisation des portails ou des canaux digitaux, afin de fluidifier les processus clés, en ce compris la complétude des dossiers, au service de l'efficience globale de la toute la chaîne de valeur ;
- Le développement de l'automatisation des processus, dans une approche dite « front-to-back ». Cette automatisation est à penser de façon phygitale, c'est-à-dire avec l'intervention humaine dans le parcours du client pour lui procurer du conseil tout au long de la durée de vie de son contrat. C'est la condition d'une satisfaction des clients et apporteurs sur laquelle Swiss Life vise des objectifs ambitieux : un Net Promotor Score (NPS) des clients de son réseau propriétaire entre 35 à 40 points (contre 17 en 2020) ;
- Le développement de chaînes automatisées avec les partenaires distributeurs, notamment par la poursuite du développement de la technologie API.

À propos de Swiss Life

Swiss Life est un acteur référent en assurance et gestion de patrimoine, avec un positionnement reconnu d'assureur gestion privée. Notre approche est globale en assurance vie, banque privée, gestion financière, ainsi qu'en santé, prévoyance et dommages. Une approche globale, parce que l'essence de notre métier est d'accompagner chaque parcours de vie, privé et professionnel, et de construire chaque jour, avec l'aide de nos conseillers, une relation durable avec chacun de nos clients, particuliers comme entreprises. Notre conseil personnalisé, fondé sur la proximité et la confiance mutuelle, éclaire nos clients afin de leur permettre de faire leurs propres choix et d'être pleinement acteurs de leur vie, à chacune de ses étapes. En agissant ainsi de manière responsable, Swiss Life assure un rôle sociétal, source de fierté pour ses collaborateurs et ses forces de vente.

www.swisslife.fr

À propos de la raison d'être de Swiss Life

« Permettre à chacun de vivre selon ses propres choix. »

Swiss Life s'est dotée, en 2019, d'une raison d'être qui résonne avec un besoin universel : chacun veut avoir la liberté de décider de sa vie. C'est parce que son offre vient soutenir ces aspirations élémentaires que le choix de Swiss Life s'est porté sur cette notion. En effet, les clients de Swiss Life souscrivent des contrats d'assurance qui, d'une part, offrent des possibilités et d'autre part, des aides concrètes pour pouvoir vivre et décider en toute confiance, quoi qu'il arrive. De surcroît, Swiss Life a toujours fait de l'accompagnement de ses clients, sur le long terme, un engagement fort. Par son savoir-faire et le conseil délivré, par son offre en épargne, retraite, gestion de patrimoine, santé, prévoyance, et dommages, Swiss Life apporte à ses clients des réponses concrètes à leurs besoins fondamentaux et à leurs aspirations.

[Les derniers articles de Swiss Life sur la liberté de choix](#)

Contacts presse :

Véronique Eriaud – 06 18 64 33 19 – veronique.eriaud@swisslife.fr

Pascale Nesci – 06 33 97 35 69 – pascale.nesci@swisslife.fr

Laure Curien – 06 77 74 82 70 – lcurien@lebureaudecom.fr