

## **SWISS LIFE FRANCE - RESULTATS 2011 DES RESULTATS ROBUSTES QUI CONFIRMENT LA PERTINENCE DE SON MODELE STRATEGIQUE**

Swiss Life France annonce un résultat opérationnel 2011 de 100 millions d'euros (117 millions d'euros hors exceptionnels en 2010). Cette bonne performance, compte tenu d'un contexte économique et financier particulièrement difficile, résulte de la combinaison de plusieurs facteurs :

- le maintien de la marge financière ;
- l'amélioration de la productivité dans l'ensemble des métiers ayant permis une bonne maîtrise des coûts ;
- la diminution de la sinistralité en assurance dommage et prévoyance.

Le chiffre d'affaires 2011 s'établit à 3 547 millions d'euros. La diminution de 6% est inférieure à celle du marché (8%). Swiss Life a pu limiter la baisse de son chiffre d'affaires grâce à la diversification de ses activités : ainsi, alors que les primes en assurance vie sont en retrait de 16% (1 887 millions d'euros), le chiffre d'affaires des activités santé - prévoyance d'une part, et dommage d'autre part, enregistrent des progressions supérieures au marché, respectivement de + 8% (1 307 millions d'euros) et + 6% (353 millions d'euros). De plus 2011 se caractérise par une amélioration de la qualité des affaires en assurance vie grâce à une hausse de la part des contrats en unités de compte dans le chiffre d'affaires (+ 7 points à 29%), des produits de santé et prévoyance (+47%) et des contrats à primes périodiques (+7%).

**Charles Relecom, Président de Swiss Life France déclare :**

*« L'année 2011 a validé la pertinence de la stratégie de développement rentable de Swiss Life déclinée dans le programme Milestone : rigueur dans la gestion de l'entreprise, prudence dans les investissements, priorité donnée aux activités rentables comme les Unités de Compte et les produits de risque, amélioration de l'efficacité opérationnelle et maîtrise des frais généraux. Swiss Life poursuivra en 2012 cette stratégie et donnera la priorité à une orientation clients, afin de renforcer notamment son positionnement de premier plan auprès de la clientèle patrimoniale. »*

Swiss Life a lancé en 2009 le programme Milestone, le projet d'entreprise du Groupe à 3 ans, qui s'articule autour des axes suivants :

- Amélioration du volume et de la rentabilité des affaires nouvelles :

Au regard de 2011, la capacité d'analyse et d'anticipation de Swiss Life, ainsi que les choix stratégiques opérés depuis 3 ans ont porté leurs fruits : ainsi, la marge sur affaires nouvelles en France est en hausse à 1,8% contre 1,7% en 2010, malgré un environnement défavorable (volatilité, écartement des spreads et baisse des taux). Cette amélioration est principalement due à 3 facteurs : hausse des volumes en santé et prévoyance, développement des produits en unités de compte (40,6% de la production en assurance vie, contre 31% en 2010) et des produits de risque (hausse de 13 % de la production réalisée en santé et prévoyance) et réalisation de gains de productivité.

- Stimulation de la multidistribution :

La multidistribution est un élément fondamental du modèle stratégique de Swiss Life. Elle permet un conseil et un accompagnement au plus proche des attentes particulières de chaque client. La répartition du chiffre d'affaires 2011 s'établit comme suit :

- Réseaux propriétaires (agents généraux et salariés) : 35%
- Courtiers et CGPI : 46%
- Partenariats : 17%
- Internet : 2%

- Amélioration de l'efficacité opérationnelle :

Swiss Life France a maîtrisé ses coûts malgré une hausse de l'activité et les investissements réalisés, ce qui a permis d'améliorer les ratios d'efficacité dans chacun des métiers ; par exemple en assurance vie, le ratio Frais/Provisions mathématiques est passé de 0,8% en 2008 à moins de 0,7% en 2011.

### **Assurance vie et Gestion Privée**

En assurance vie, le chiffre d'affaires s'élève à 1 887 millions d'euros. A l'instar du marché, il est en retrait par rapport à 2010 (-16%) mais la collecte nette de Swiss Life est restée positive sur l'ensemble de l'année 2011, essentiellement orientée en unités de compte.

En termes de chiffre d'affaires, la part des primes investies en unités de compte est deux fois supérieure au marché (29% sur un marché à 14%) en raison notamment du succès commercial généré par une politique de participation aux bénéfices incitative.

Il faut souligner par ailleurs une légère hausse des encours du fonds euros qui progressent de 2% malgré les conditions de marché défavorables ; l'année se caractérise également par une gestion prudente de l'actif général et une augmentation de la PPE (Provision pour Participation aux Excédents), permettant ainsi de renforcer le bilan.

### **Un positionnement renforcé auprès de la clientèle patrimoniale**

Swiss Life France renforce son positionnement d'acteur de référence dans le domaine de la gestion privée auprès de la clientèle patrimoniale.

- Fin 2011, les clients patrimoniaux (plus de 250 000 euros d'encours investis chez Swiss Life) représentaient 35% des encours des contrats d'assurance multisupports.
- Spécificité dans le monde de l'assurance : Swiss Life France soutient son offre et son positionnement patrimonial avec l'aide de Swiss Life Banque Privée entièrement consacrée à la satisfaction des besoins des clients patrimoniaux.

### **Banque Privée**

Comme en 2010 Swiss Life Banque Privée affiche en 2011 un résultat positif, confirmant son retour à l'équilibre.

Sa collecte nette s'est aussi très bien comportée, affichant une hausse de 10% par rapport à 2010. De même, les actifs sous gestion pour le compte de ses clients (hors actifs du Groupe) sont en progression de 9% par rapport à 2010 et s'élèvent à 3 027 millions d'euros.

L'année 2011 a été marquée par une opération de croissance externe avec une prise de participation dans la société de gestion Prigest. Cette acquisition s'inscrit dans le cadre de la stratégie de développement menée par Swiss Life Banque Privée pour devenir un acteur de référence sur le marché français de la gestion privée. Elle lui apporte une compétence complémentaire dans le domaine de la gestion « actions ».

### **Gestion d'actifs**

Swiss Life AM enregistre une collecte nette positive auprès des particuliers, en ligne avec la stratégie d'unités de compte du groupe ; elle est en revanche, comme le marché, négative auprès des institutionnels.

Enfin, Il faut souligner la collecte nette positive de plus de 200 millions d'euros enregistrée par Viveris Reim, en partie grâce au succès de l'OPCI Dynapierre, qui figure parmi les tout premiers véhicules éligibles à l'assurance vie à avoir été lancés sur le marché.

En 2011, l'acquisition de la société de gestion Viveris Reim, pionnière et leader sur le marché des OPCV, et la reconquête de la clientèle institutionnelle de Swiss Life AM sont venues soutenir les ambitions de Swiss Life en termes de développement de la gestion d'actifs pour compte de tiers, c'est-à-dire pour la clientèle autre que les compagnies d'assurance du groupe ; ces opérations s'inscrivent dans la volonté du groupe de développer le fee business (valorisation des rémunérations récurrentes).

### **Santé et Prévoyance**

Sur le marché global santé-prévoyance individuelle et collective, le chiffre d'affaires de Swiss Life atteint 1 307 millions d'euros, soit une progression de 8% supérieure au marché (5%). Cette performance réalisée dans un contexte de marché très concurrentiel est essentiellement due à deux facteurs :

- la confirmation du succès de la nouvelle gamme modulaire « Swiss santé, Ma formule »
- la relance de l'activité prévoyance avec une progression de plus de 40% de la production en prévoyance individuelle sous marque Swiss Life.

### **Domage**

Le chiffre d'affaires 2011 de l'activité dommage s'élève à 353 millions d'euros, en progression de 6% par rapport à 2010. L'année a été marquée par une amélioration des résultats techniques de la majorité des activités.

### **Contacts presse :**

Anne-Marie Lasry-Weiller  
Tél : 01 40 82 38 51  
Email : [annemarie.lasry@swisslife.fr](mailto:annemarie.lasry@swisslife.fr)

Véronique Eriaud-Jeunot  
Tél : 01 40 82 47 92  
Email : [veronique.eriaud@swisslife.fr](mailto:veronique.eriaud@swisslife.fr)

Muriel Lubineau  
Tél : 01 40 82 38 98  
Email : [muriel.lubineau@swisslife.fr](mailto:muriel.lubineau@swisslife.fr)

### **A propos de Swiss Life**

Spécialiste en assurance des personnes, Swiss Life est un des acteurs de référence sur les marchés de l'assurance patrimoniale en vie et retraite et de l'assurance santé et prévoyance. Swiss Life se distingue par son positionnement original d'assureur gestion privée avec une offre de services financiers qui lui permet désormais de couvrir l'ensemble des besoins de ses clients pour les aider à se construire un avenir serein. Ce cœur de métier est soutenu par des services de fidélisation clients que sont l'assurance dommage, l'assistance et les services à la personne.  
[www.swisslife.fr](http://www.swisslife.fr)