

## Swiss Life annonce son nouveau programme stratégique à trois ans : Swiss Life 2015

Swiss Life en France met en œuvre de nouvelles initiatives pour poursuivre sa stratégie d'assureur gestion privée et d'acteur de référence en assurance des personnes. Une règle d'or : dans le cadre de son programme à trois ans, toute activité de l'entreprise est orientée vers la satisfaction des attentes différenciées de ses clients.

Ce programme constitue une nouvelle étape dans la construction d'un modèle d'entreprise unique, avec un portefeuille d'activités diversifiées et équilibrées. Ce modèle, bâti dans la durée, a montré toute sa pertinence dans le contexte économique et financier des quatre dernières années. Ainsi, les initiatives menées dans le cadre du précédent projet d'entreprise Milestone ont renforcé durablement la compétitivité de Swiss Life France.

L'entreprise poursuit le développement de sa stratégie de multidistribution basée sur son offre globale composée de solutions assurantielles et de banque privée, et de sa qualité de services et de conseil.

Elle va continuer à renforcer sa compétitivité et son efficacité opérationnelle grâce à des mesures d'industrialisation et d'optimisation de ses process.

Cette stratégie s'inscrit pleinement dans les évolutions annoncées par le Groupe à Zurich, en termes de diversification des métiers et de multidistribution.

### Un positionnement unique sur le marché français

Swiss Life France se distingue par son positionnement premium sur le marché français grâce à un business model original basé sur deux piliers :

- un **assureur gestion privée** auprès de la clientèle patrimoniale s'appuyant sur une approche globale qui associe assurance vie, banque privée, prévoyance, gestion d'actifs, conseil et services.
- un **acteur majeur en assurance de personnes** avec une offre de qualité en assurance santé-prévoyance, épargne- retraite soutenue par une offre de fidélisation en dommages.

Ce positionnement repose sur des atouts-clés :

- Une marque forte, symbole de qualité et de confiance : Swiss Life est le 3<sup>ème</sup> acteur du marché de l'assurance en termes d'image auprès des CSP+ avec 82% de bonne opinion dont 16% de très bonne.\*
- Une qualité de l'offre et un haut niveau de services reconnus : ainsi 90% des clients recommanderaient Swiss Life à leurs proches, amis ou collègues.\*\*
- De fortes positions sur ses marchés cibles :
  - o une clientèle patrimoniale importante et à fort potentiel qui représente 42% des encours de Swiss Life et dont la prime moyenne est trois fois supérieure au marché (55K€ vs 15K€) avec une part en unités de comptes double de celle du marché (35% vs 17%).

- o une forte position de 2<sup>ème</sup> assureur santé sur le marché de la santé individuelle avec un chiffre d'affaires toujours en progression significative (hausse de 8% en santé/prévoyance en 2011).
- Une stratégie de multidistribution équilibrée et performante : 420 Agences générales, 360 salariés commerciaux, 3200 courtiers/CGPI, 15 banquiers privés, et le succès de la création d'un réseau de distribution propriétaire alternatif avec des commissions qui ont doublé en 2 ans (16M€ en 2009 à 30M€ en 2011).

\* Etude Swiss Life / IPSOS – Avril 2012

\*\* Etude Swiss Life/Icon Added Value - Mars 2012

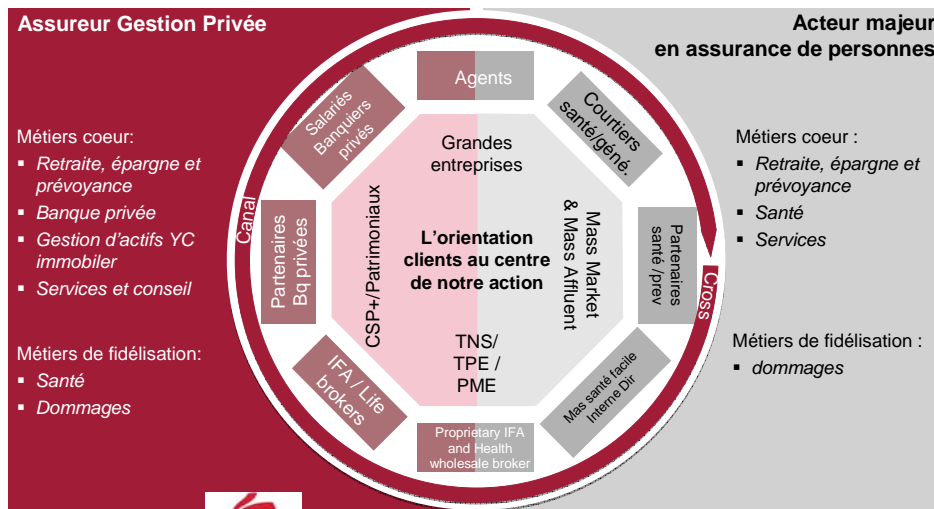
Lors de l'annonce de ce plan, Charles Relecom, CEO de Swiss Life France, a déclaré :  
 « Dans le cadre de la poursuite de sa stratégie de développement rentable, Swiss Life oriente toute l'entreprise sur la satisfaction des attentes de ses clients en termes d'offres, de conseil et de qualité de service. Je suis convaincu que cette nouvelle étape renforcera encore son positionnement original d'assureur gestion privée et d'assureur de personnes de tout premier plan. »

### Le positionnement stratégique

## Un positionnement premium original basé sur deux piliers

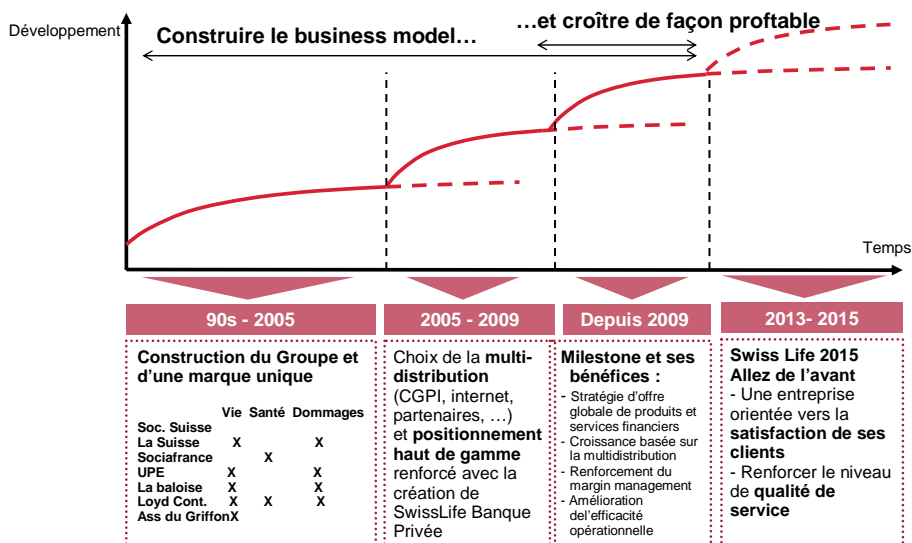


Fructifier mon patrimoine et protéger mes proches



Une marque de qualité pour ses clients et distributeurs

## Les étapes clés d'une construction cohérente



1

### Swiss Life 2015 : un programme stratégique articulé autour de 4 ambitions :

#### 1. Renforcer la promesse client

Au cœur de la stratégie de l'entreprise et basée sur une connaissance fine des attentes de nos clients, elle a pour objectif de :

**Toujours améliorer le niveau de service offert à la clientèle patrimoniale** pour consolider notre positionnement Assureur Gestion Privée avec pour objectif final d'en faire bénéficier l'ensemble de la clientèle.

Parmi les nouveaux moyens mis en œuvre, quelques exemples :

- Adaptation de l'offre et du niveau de services aux attentes de cette clientèle : mise en place en 2013 de services d'accompagnement haut de gamme destinés à faciliter la vie de ses clients avec notamment le projet de création d'une cellule de relation dédiée à la clientèle premium ;
- Création en septembre 2012 d'une Direction Assureur Gestion Privée dédiée à la clientèle patrimoniale, multi-réseaux, associant la double expertise assurance et banque privée ;
- Optimisation de l'approche commerciale avec la formalisation de plans de contact personnalisés et renforcement de la professionnalisation et de l'expertise de nos réseaux.

**Poursuivre le développement de l'offre de services et outils à destination de tous nos clients**

- Intégration de plus de services dans l'offre, notamment en assurance santé grâce à l'expertise de Carte Blanche ;
- Renforcement des outils clients interactifs : application mobile, développement de fonctionnalités sur l'espace client de swisslife.fr.

## **2. Proposer la meilleure solution à chaque client**

L'objectif est que chaque client bénéficie d'une solution adaptée à ses besoins en termes de conseils et d'offre globale en assurance vie, santé, dommages, banque privée et gestion d'actifs, associées à un niveau de conseil et de services adaptés.

Parmi les moyens mis en œuvre :

- Proposer des solutions financières en réponse aux besoins de nos clients avec une offre d'épargne retraite diversifiée qui s'appuie sur notre stratégie en unités de comptes, et une offre de prévoyance adaptée ;
- Accompagner les entreprises, en particulier les TPE, PME et PMI dans l'évolution de leurs besoins ;
- Elargir l'offre destinée aux clients en recherche d'une solution franco-luxembourgeoise ; cette offre vient compléter le dispositif proposé par Swiss Life Network aux entreprises implantées à l'étranger, et destiné à couvrir les besoins des expatriés en assurance santé, prévoyance et retraite.

## **3. Poursuivre la stratégie de multidistribution**

Grâce à la multidistribution, le client a le choix du canal de distribution parmi un éventail étendu. Véritable élément de différenciation dans la stratégie de Swiss Life, la multidistribution constitue un levier de croissance permettant de conquérir de nouveaux clients à potentiel.

Dans le cadre du programme Swiss Life 2015, Swiss Life France s'attachera plus particulièrement à :

- Renforcer son réseau propriétaire avec un objectif de 500 points de vente agents et 400 conseillers salariés (avec maintien de l'efficacité commerciale par apporteur) ; l'accent sera également mis sur le renforcement des équipes dédiées aux partenariats et aux entreprises et des banquiers privés de Swiss Life Banque Privée ;
- Poursuivre le développement d'un pôle de distribution propriétaire alternatif, véritable relai de croissance auprès de notre clientèle cible. Ce pôle, centré sur nos cœurs de métiers, intervient ainsi en gestion de patrimoine avec la Financière du Capitole, en santé avec Ma santé facile et Cégéma, et dans la distribution directe et via internet avec Placement Direct.

Dans le cadre de son plan à 3 ans, Swiss Life aura pour objectif de :

- Développer Ma santé facile, concept d'assurance santé innovant, en poursuivant l'ouverture de boutiques et la constitution d'un réseau salarié dédié ;
- Développer la croissance des ventes directes via internet ;
- Développer une plateforme de CGPI affiliés initiée par le projet de la Financière du Capitole.
- Renforcer les synergies entre les différentes entités du pôle
- Optimiser les coûts de distribution en s'appuyant sur une segmentation de nos apporteurs et leur proposer, comme pour nos clients, un niveau de service différencié.

## **4. Renforcer la compétitivité et l'efficacité opérationnelle :**

Par ailleurs, afin d'améliorer son efficacité opérationnelle, Swiss Life France s'attachera à maintenir un strict management des coûts tout en continuant à investir sur la croissance rentable et la qualité de service.

Grâce au programme Milestone, Swiss Life France a réalisé des progrès très significatifs en termes d'efficience, ce qui lui permet aujourd'hui d'afficher des ratios de compétitivité bien positionnés par rapport à ses concurrents.

Swiss Life France a pour ambition d'améliorer encore la qualité de ses opérations et sa productivité grâce à l'industrialisation de certains process. Par ailleurs, l'amélioration du ratio combiné en santé et dommages sera également poursuivie.

## **De nouvelles ambitions en termes de développement de la gestion d'actifs**

L'activité de gestion d'actifs de Swiss Life sera désormais exploitée sous la marque "Swiss Life Asset Managers". Swiss Life souhaite ainsi valoriser son expertise et son expérience en matière de placements immobiliers, mais aussi de gestion obligataire, de gestion actions et d'allocation d'actifs afin de développer ses activités dans ce domaine. Avec une présence historique en Suisse et en France, Swiss Life Asset Managers va étendre ses activités en Allemagne et dans les pays scandinaves.

Swiss Life Asset Managers en France est une structure experte en gestion d'actifs pour compte de tiers, qui offre des solutions et produits d'investissement destinés à une clientèle institutionnelle ou particulière, ainsi qu'aux réseaux de distribution. Son développement s'appuiera tout particulièrement sur l'expertise en matière de gestion des risques qui constitue le socle de sa philosophie d'investissement dans les différentes classes d'actifs.

### **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)

### **Contacts presse**

Véronique Eriaud

Tél : 01 46 17 27 27

Email: veronique.eriaud@swisslife.fr

Anne-Marie Lasry-Weiller

Tél : 01 46 17 38 51

Email : annemarie.lasry@swisslife.fr

Violaine Danet

Tél : 01 58 65 00 77

Email : vdanet@hopscotchcapital.fr