

AXA Winterthur maintient le cap au 3^e trimestre

- **AXA Winterthur a réalisé un volume d'affaires de 10 milliards CHF au cours des neufs premiers mois de 2014.**
- **Dans le secteur Vie collective, AXA met systématiquement en œuvre la stratégie de prestataire global lancée au début de l'année: l'entreprise mise de plus en plus sur les solutions semi-autonomes et poursuit une politique de souscription sélective dans l'assurance complète. En conséquence, les primes uniques ont accusé un repli de 19,2%, tandis que les primes annuelles ont affiché une hausse de 1,8%.**
- **Les affaires Vie individuelle d'AXA Winterthur ont le vent en poupe: le volume d'affaires a progressé de 11,8% pour atteindre 975 millions CHF.**
- **Dans l'assurance de dommages, AXA a enregistré une croissance stable. Les recettes de primes ont augmenté de 1,7% et se chiffrent désormais à 3,2 milliards CHF.**

AXA Winterthur tient le cap. Au cours des neuf premiers mois de 2014, l'entreprise a réalisé un volume d'affaires de 10 milliards CHF. «Depuis le mois de janvier, nous avons ouvert la voie pour assurer la durabilité et le succès de nos affaires. Je suis satisfait de nos résultats, qui prouvent que notre stratégie est la bonne», affirme Antimo Perretta, CEO d'AXA Winterthur.

Dans les affaires de la prévoyance professionnelle, AXA Winterthur a posé les jalons pour l'avenir en 2014. L'entreprise se positionne comme un prestataire global dans le secteur de l'assurance-vie collective et choisit de jouer davantage la carte des solutions de prévoyance semi-autonomes. Si les petites entreprises restent tributaires de l'assurance complète et de ses garanties étendues, AXA propose de plus en plus de solutions semi-autonomes offrant un potentiel de rendement et de prestations accru, en particulier aux moyennes et grandes entreprises. Cette réorientation stratégique s'est traduite par un repli de 19,2% des primes uniques induit par la politique de souscription plus sélective dans l'assurance complète, tandis que les primes annuelles ont progressé de 1,8%. Au total, le volume de primes dans l'assurance-vie collective a, par rapport à la même période de l'année précédente, reculé de 9% et se chiffre à présent à 6 milliards CHF.

Dans le secteur de l'assurance-vie individuelle, AXA Winterthur a enregistré une croissance réjouissante, soulignant le besoin constant de la clientèle en solutions de prévoyance du 3^e pilier. Le volume d'affaires a augmenté de 11,8% par rapport à la même période de l'année précédente et se chiffre à 975 millions CHF. Les produits alliant une protection du capital et un potentiel de rendement attrayant, tels que Protect Plan et Protect Star, sont particulièrement appréciés des clients.

Croissance solide dans l'assurance de dommages

Dans l'assurance de dommages, les recettes de primes ont, par rapport à la même période de l'année précédente, augmenté de 1,7% pour atteindre 3,2 milliards CHF. AXA Winterthur a progressé à la fois dans les affaires de particuliers et dans les affaires d'entreprises. «Nous misons

sur des produits innovants et adaptions constamment nos prestations aux besoins des clients afin de maintenir la croissance dans ce marché hautement saturé», explique Andreas Krümmel, responsable Assurances de dommages chez AXA Winterthur. Parmi les produits lancés récemment dans le domaine de l'assurance des véhicules automobiles, il faut citer le Drive Recorder mis sur le marché en janvier dernier pour les jeunes conducteurs, et la nouvelle offre pour les flottes des entreprises. De plus, AXA propose depuis le milieu de l'année 2014 le nouveau module «Protection juridique Internet» à ses clients de l'assurance Protection juridique et Inventaire du ménage. Les clients manifestent un vif intérêt pour ce nouveau produit. «Les chiffres de vente de l'assurance Protection juridique Internet sont nettement supérieurs à nos attentes», poursuit Andreas Krümmel. Une autre nouveauté sera lancée prochainement: à partir de fin octobre, AXA Winterthur proposera le nouveau produit «cautionnement de loyer» par lequel l'assureur assume, pour le locataire, un cautionnement envers le bailleur.

AXA se classe au premier rang mondial des marques d'assurance

Le consultant en stratégie et design de marque Interbrand a distingué AXA comme la première marque mondiale d'assurance pour la sixième fois consécutive. AXA occupe la 53^e place dans le classement international des 100 marques les plus puissantes. Par rapport à l'année précédente, AXA a vu la valeur de sa marque progresser de 14% pour s'établir à quelque 8,1 milliards de dollars. D'après Interbrand, cela tient notamment au renforcement de la présence d'AXA dans le monde, aux investissements réalisés dans des labs ainsi qu'aux partenariats conclus avec des entreprises technologiques telles que Facebook et LinkedIn. Interbrand a également salué diverses initiatives dans le domaine de la responsabilité d'entreprise. Enfin, Interbrand a décerné à AXA le titre de «Best Global Green Brand» dans le secteur de l'assurance, ce qui permet à l'entreprise de se classer parmi les 50 meilleures «marques vertes» au monde.

Informations complémentaires

Le communiqué de presse est disponible sur Internet: [AXA.ch](http://www.axa.ch)

Retrouvez-nous en ligne sur les canaux suivants:

http://www.twitter.com/AXA_Suisse

<http://www.xing.com/companies/AXAWINTERTHUR>

<http://www.facebook.com/AXACH>

http://www.flickr.com/photos/AXA_CH

<http://www.youtube.com/axaschweiz>

http://www.slideshare.net/AXA_CH

Contact

AXA Winterthur, [Media Relations](mailto:media@axa.ch), +41 58 215 22 22, media@axa.ch

AXA Winterthur

AXA Winterthur, entité du Groupe AXA, est le premier assureur multibranche de Suisse. En matière de protection financière, AXA Winterthur propose une large gamme d'assurance de personnes, de choses et de responsabilité civile, des offres sur mesure d'assurance-vie et de caisse de pension ainsi que des produits bancaires en collaboration avec des banques partenaires. AXA Winterthur emploie plus de 4000 collaborateurs. Son réseau de distribution comporte plus de 277 agences et agences générales indépendantes, comptant quelque 2650 personnes au service exclusif d'AXA Winterthur. AXA Winterthur, qui est partenaire de la Fondation Suisse pour le Climat, a enregistré en 2013 un volume d'affaires de 12,1 milliards CHF.

Chiffres-clés d'AXA Winterthur (en millions CHF, sur une base comparable)

	De janv. à sept. 2013	De janv. à sept. 2014	Variation
AXA Winterthur, chiffres cumulés			
Volume d'affaires	10 468	10 031	-4,2%
▪ dont primes brutes Affaires directes	10 378	9 933	-4,3%
▪ dont contrats d'investissement	90	98	+8,8%
Assurances de dommages (Non-vie)			
Primes brutes	3 166	3 221	+1,7%
Vie, chiffres cumulés			
Volume d'affaires (y c. contrats d'investissement)	7 487	6 996	-6,6%
▪ dont primes brutes Affaires directes	7 397	6 898	-6,7%
▪ dont contrats d'investissement	90	98	+8,8%
Nouvelles affaires (APE)	448	321	-28,3%
Assurance-vie collective			
Primes brutes	6 615	6 022	-9,0%
▪ dont primes annuelles	3 210	3 268	+1,8%
▪ dont primes uniques	3 406	2 753	-19,2%
Nouvelles affaires (APE)	366	228	-37,6%
Assurance-vie individuelle			
Volume d'affaires	872	975	+11,8%
▪ dont primes brutes Affaires directes	782	877	+12,1%
▪ dont contrats d'investissement	90	98	+8,8%
Nouvelles affaires (APE)	82	93	+13,6%

Glossaire

Contrats d'investissement

Les contrats d'investissement sont des placements d'épargne qui ne couvrent pas les risques d'assurance. Conformément à la norme IAS 39, ils sont donc inscrits au bilan de la même manière que les produits bancaires, c'est-à-dire qu'ils sont répartis en une part d'épargne et une part de frais. La part d'épargne est directement inscrite au passif en tant qu'engagement financier et n'est pas comptabilisée comme chiffre d'affaires via le compte de résultats. Les nouvelles affaires conclues peuvent être prises en compte dans les APE.

Nouvelles affaires (APE)

L'*annual premium equivalent* constitue la mesure standard du volume de nouvelles affaires en assurance-vie pendant la période sous revue. Il s'obtient en additionnant le total des primes annuelles des nouvelles affaires et 10% des primes uniques.