



# GENERALI

RAPPORT DE GESTION **2010**  
GROUPE GENERALI SUISSE

GENERALI (Suisse) Holding SA regroupe, sous son organisation faîtière, les activités de GENERALI Assurances de personnes SA et de FORTUNA Assurances sur la vie SA Vaduz dans le domaine de l'assurance-vie, ainsi que de GENERALI Assurances Générales SA et de FORTUNA Compagnie d'Assurance de Protection Juridique SA en assurance non-vie. Par ailleurs, deux sociétés qui se vouent à la gestion de fonds de placement en Suisse et dans la Principauté de Liechtenstein complètent ses activités sur le marché. Le Groupe GENERALI Suisse se consacre entièrement à ses activités de base. En assurance-vie, il se concentre sur les produits d'épargne liés à des fonds de placement et conventionnels ainsi que sur les assurances de risque pour le groupe cible des particuliers. En assurance non-vie, il offre un large éventail de produits novateurs destinés aux particuliers ainsi qu'aux petites et moyennes entreprises.

<b>Groupe GENERALI Suisse en bref</b>	2010 CHF mio.	Variation/année précédente en %
<b>Primes brutes y c. contrats d'investissement</b>	2 153,8	1,3
<b>dont affaires de base</b>	1 967,4	1,4
<b>Placements de capitaux (valeur comptable)</b>	10 953,2	4,5
<b>Provisions techniques y c. contrats d'investissement</b>	10 878,3	4,5
<b>Résultat global</b>	165,9	117,9
<b>Effectif du personnel (nombre)</b>	2 238	-1,1

# Sommaire

Sommaire	1
Editorial	3
Chiffres clés	9
Structure du Groupe	11
Exercice 2010 du Groupe GENERALI Suisse	13
Groupe	13
Assurances-vie	22
Assurances non-vie	29
Placements de capitaux et fonds	34
Collaborateurs	40
Informations diverses	43
Activités de marché	43
Stratégie	46
Projets	48
Perspectives	50
Chronique du Groupe GENERALI Suisse	52
GENERALI dans le monde	54
Gouvernement d'entreprise	58
Rapport financier	69
Introduction	70
Principes d'évaluation	70
Bilan	72
Compte de résultat	74

## Rapport de gestion à la lumière des relations clients

Les clientes et clients de GENERALI sont au cœur de toutes nos réflexions et activités. Cela vaut aussi pour la conception du présent rapport. L'idée de nous adresser personnellement à nos lectrices et lecteurs est donc maintenue, comme pour les années précédentes. De même, ce sont toujours des êtres humains qui sont au centre de notre concept visuel, qu'il s'agisse de dresser le portrait de clients du secteur des ménages privés ou des entreprises, de décrire la relation entre nos clientes et clients et les assurances, ou encore d'illustrer la confiance qu'ils placent dans GENERALI. Parallèlement, le dé à jouer rouge exprime de manière ludique les six valeurs essentielles choisies par GENERALI pour devenir l'assureur le plus recommandé: simplicité, proximité, famille, développement durable, innovation et leadership.



**Martin Zellweger**  
Président du Conseil d'administration



**Alfred Leu**  
Délégué du Conseil d'administration, CEO

## Editorial

***Chères clientes et chers clients,  
chères collaboratrices et chers  
collaborateurs,  
chers amis de GENERALI,***

Nous avons dû faire face à de nombreuses turbulences et à des défis multiples au cours de l'exercice écoulé. Les conséquences de la crise financière se font encore sentir. L'environnement économique actuel se caractérise par des taux d'intérêt toujours bas sur les marchés des capitaux, par la défaillance de certaines obligations d'Etat, par des dettes publiques élevées dans certains pays de la zone Euro et par la crise de l'euro qui en résulte. La réglementation s'est fortement accrue tant au niveau européen qu'au niveau national. En revanche, aucun sinistre majeur n'a été déploré en 2010.

Dans ce contexte, les objectifs atteints par le Groupe GENERALI Suisse en 2010 peuvent être considérés comme réjouissants. Par rapport à l'exercice précédent, le volume total des primes dans les affaires de base s'inscrit en hausse de 1,4%. En assurance-vie comme

en assurance non-vie, le Groupe affiche une croissance supérieure à la moyenne du marché. Dans le domaine vie individuelle, nous sommes parvenus à consolider notre position de numéro un suisse dans la prévoyance privée. Grâce à une sélection prudente des risques, une efficacité accrue et une gestion rigoureuse des coûts, les résultats techniques sont bons sur l'ensemble du Groupe et constituent la base d'un renforcement durable de la solidité de nos compagnies.

Le résultat financier a connu une nette amélioration. Cette situation est le fruit d'une stratégie de placement judicieuse ainsi que d'une méthode de travail ciblée dans le domaine des placements.

Par rapport à l'exercice précédent, le résultat global du Groupe GENERALI Suisse affiche une évolution très réjouissante, ce qui constitue une base essentielle à la confiance de nos clientes et clients dans les prestations de notre société.

Les conditions-cadres actuelles pour l'exercice de l'activité commerciale dans le secteur suisse de l'assurance sont fortement influencées par les dispositions en matière de solvabilité de l'Autorité fédérale des marchés financiers (FINMA). L'objectif du test suisse de solvabilité (SST) visant à protéger les clientes et clients en cas d'insolvabilité d'un établissement financier est essentiel et compréhensible compte tenu des récents événements sur la scène économique internationale. Il y a toutefois lieu de craindre que les dispositions suisses aillent dans certains domaines au-delà des prescriptions du régime européen Solvabilité II. L'ensemble de la place financière suisse pourrait alors se voir confrontée à des problèmes en raison de l'augmentation du coût du capital. Quant aux assurés, ils auraient à supporter des primes plus élevées en conséquence.

Le Groupe GENERALI Suisse a examiné très attentivement les prescriptions de la FINMA et exploité les opportunités qui en découlent. Nous sommes bien armés pour relever les défis à venir, notamment en notre qualité de filiale d'un groupe d'assurance actif à l'échelle mondiale. Notre modèle d'affaires a fait l'objet d'adaptations, en particulier en assurance-vie. L'offre de produits d'assurance-vie conventionnelle a été élargie et s'ajoute aux produits de l'assurance-vie liée à des fonds. Les produits d'assurance-vie conventionnelle sont en outre complétés par des produits bancaires développés en collaboration avec la banque BSI ainsi que des offres spécifiques pour le segment 50Plus. Nous couvrons les besoins de conseil individuels de nos clientes et clients grâce à un réseau de conseillers en prévoyance spécialement formés à cet effet.

Le Groupe GENERALI Suisse profite énormément des initiatives de sa maison mère italienne, visant à augmenter l'efficience en matière de processus et de coûts et à créer de la valeur ajoutée dans les domaines de l'assurance les plus divers. En Suisse, GENERALI s'est constitué un important réseau de partenaires afin de servir ses prestations et de continuer à les développer. En font partie les nombreux partenaires de vente, les spécialistes du service clientèle téléphonique, de l'informatique, des pro-

**«Dans le domaine vie individuelle, nous sommes parvenus à consolider notre position de numéro un suisse dans la prévoyance privée»**

duits bancaires ainsi que des prestations d'assurance et d'assistance. Il s'agit là d'entreprises telles que EUROP Assistance, la banque BSI, Carglass ou B-Source. L'avantage qui en résulte est exploité et mis en œuvre de façon innovante. Par

exemple, au cours de l'exercice sous revue, le portail Internet de GENERALI a été remanié à l'aide d'une technologie nouvelle et rendu encore plus convivial pour l'utilisateur. La visite quotidienne de plusieurs milliers de clientes et clients sur ce portail montre que nous sommes sur la bonne voie.

Depuis des années, GENERALI axe ses activités sur la clientèle grand public des ménages privés ainsi que sur les petites et moyennes entreprises. Cette politique commerciale a pleinement fait ses preuves. Cela étant, GENERALI propose également des solutions intéressantes aux grandes entreprises dans le domaine de l'assurance collective maladie et accidents.

En assurance non-vie, malgré la forte pression sur les primes, le Groupe GENERALI Suisse continue d'acquérir des parts de marché, en particulier grâce à des bases de calcul de primes toujours mieux adaptées aux risques et à des processus de gestion automatisés en assurances de flottes de véhicules pour le segment grand public ainsi que pour les grandes entreprises. Le développement permanent de nouvelles prestations de services dans le cadre du règlement des sinistres ainsi que les variantes respectueuses de l'environnement qui complètent les produits d'assurances véhicules à moteur sont très appréciés de la clientèle. Elles soulignent la capacité d'innovation inaltérée de GENERALI, qui a une nouvelle fois réussi, au cours de l'exercice sous revue, à étendre son positionnement sur le marché.

Le Groupe GENERALI Suisse gère avec soin son réseau composé de plusieurs canaux de vente, conscient de la valeur que celui-ci représente en termes de production. Les services à disposition de nos partenaires de vente sont élargis en permanence. Cela nous permet de rester un interlocuteur de confiance, à l'égard notamment des courtiers avec lesquels nous collaborons.

Le service interne met, quant à lui, l'accent sur la professionnalisation de la gestion de projets et le développement de la gestion des risques. Les changements organisationnels dans le domaine du développement de produits et de l'actuariat ainsi que le renforcement



des structures en matière de gouvernement d'entreprise permettent une prise en compte des exigences réglementaires croissantes en matière de surveillance des marchés financiers.

Les investissements dans le développement des compétences personnelles et professionnelles de nos collaborateurs contribuent de manière fondamentale à la réalisation de nos objectifs. Un nouveau modèle de conduite a été développé et implémenté pour l'ensemble du Groupe GENERALI Suisse au cours de l'exercice sous revue. Les discussions constructives à ce sujet aident à uniformiser la compréhension de la notion de conduite et à dynamiser la communication quotidienne nécessaire à la réalisation d'ambitions communes. Le sondage des collaborateurs réalisé – pour la troisième fois déjà – au troi-

sième trimestre 2010 montre que nous avons réussi, par rapport au dernier sondage de 2008, à ancrer plus solidement au niveau des collaborateurs les objectifs ainsi que la stratégie de GENERALI.

Soucieux de renforcer en permanence la solide base opérationnelle de son activité commerciale, le Groupe GENERALI Suisse continuera à prospérer. Au nom du Conseil d'administration et du Comité de Direction, nous remercions nos clientes et clients de leur confiance ainsi que nos collaboratrices et collaborateurs de leur fidélité et de leur engagement exemplaire au service de nos objectifs communs.



Martin Zellweger  
Président du Conseil  
d'administration



Alfred Leu  
Délégué du Conseil  
d'administration, CEO



## Chiffres clés

Groupe	2010	2009	Variation/année
	CHF mio.	CHF mio.	précédente en %
Primes brutes émises (y c. contrats d'investissement <sup>1</sup> )	2 153,8	2 126,8	1,3
dont affaires de base	1 967,4	1 940,0	1,4
Placements de capitaux (valeur comptable)	10 953,2	10 482,8	4,5
Provisions techniques (y c. contrats d'investissement <sup>1</sup> )	10 878,3	10 407,3	4,5
Résultat global	165,9	76,1	117,9
Effectif du personnel (nombre)	2 238	2 263	-1,1
dont au service interne	1 592	1 651	-3,6
dont au service externe	646	612	5,6
<b>Assurances-vie individuelles</b>			
Affaires nouvelles (capitaux assurés et rentes capitalisées)	4 295	4 686	-8,3
Polices (nombre)	535 717	516 735	3,7
Portefeuille (capitaux assurés et rentes capitalisées)	41 638	40 257	3,4
Primes brutes émises	1 349,5	1 352,2	-0,2
dont primes en cours directes	1 252,7	1 233,4	1,6
dont primes uniques	96,7	118,8	-18,6
dont assurances-vie liées à des fonds	1 090,8	1 069,7	2,0
dont contrats d'investissement <sup>1</sup>	77,6	100,6	-22,8
Prestations d'assurance brutes payées	565,1	568,6	-0,6
Provisions techniques	9 434,2	8 943,5	5,5
Résultat opérationnel brut assurances-vie individuelles	142,1	77,7	82,9
<b>Assurances-vie collectives («run-off» des affaires dans le cadre de la prévoyance professionnelle)</b>			
Primes brutes émises	2,8	2,2	25,7
<b>Assurances non-vie</b>			
Primes brutes	801,5	772,3	3,8
dont affaires directes	799,0	769,8	3,8
Prestations d'assurance brutes payées	551,1	533,9	3,2
Provisions techniques	1 178,5	1 177,4	0,1
Résultat opérationnel brut assurances non-vie	31,1	37,6	-17,3

<sup>1</sup> Les contrats d'investissement désignent des assurances d'épargne qui sont portées au bilan selon IAS 39 comme des produits bancaires. Cela signifie que la prime comporte une part d'épargne et une part de frais. La part d'épargne est directement inscrite comme passif financier et n'est plus comptabilisée dans le compte de résultat.

## «Découvrir la vie»

Famille Tiano, Patrick et Stéphanie avec Mathis  
Assurance véhicules à moteur FORMULA



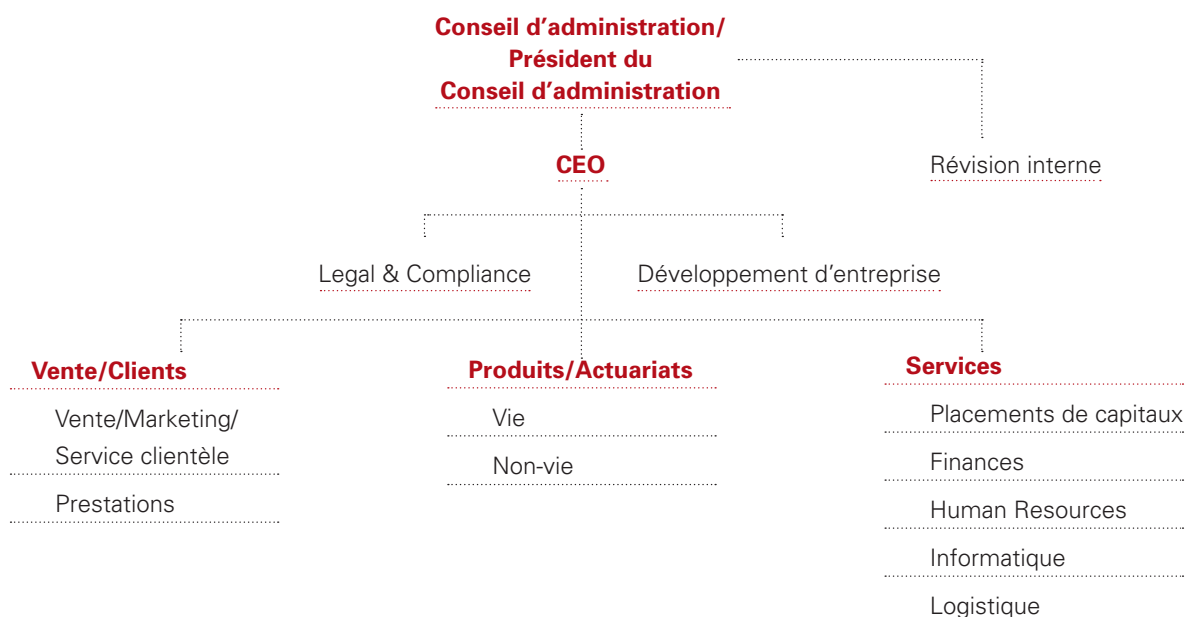
## Structure du Groupe

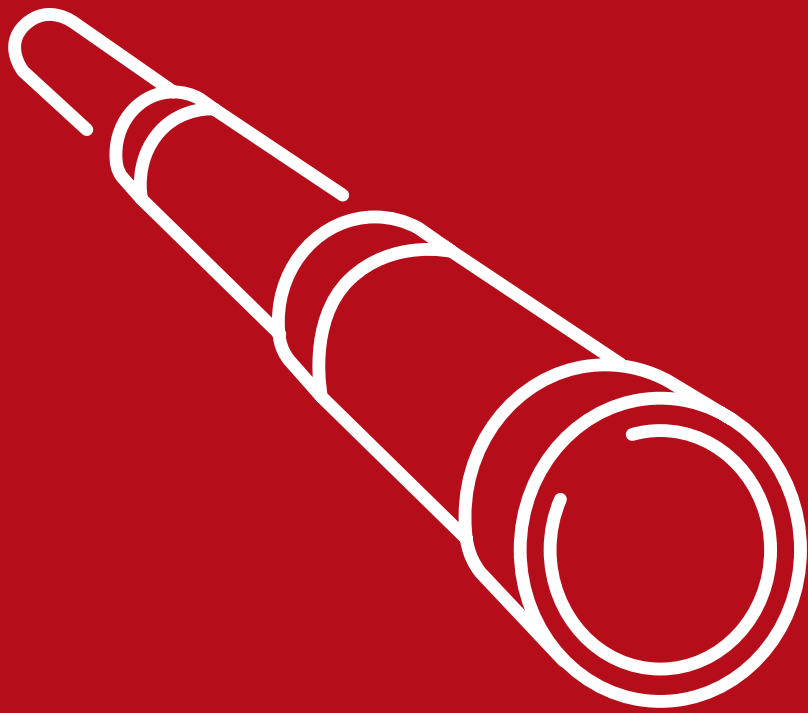
### Structure du Groupe GENERALI Suisse

Structure des sociétés



### Structure de direction du Groupe GENERALI Suisse

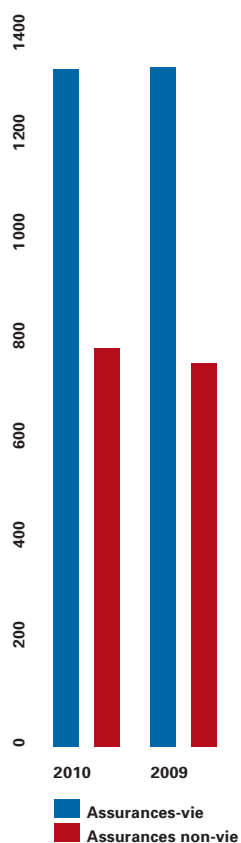




## Exercice 2010 du Groupe GENERALI Suisse

### Groupe

Primes brutes  
CHF mio.



#### Environnement

L'exercice 2010 du secteur de l'assurance en Suisse a été marqué par les faits suivants: une légère croissance en assurance non-vie, le recul du volume des primes en assurance-vie individuelle associé à un effondrement dans les contrats à prime unique, un environnement monétaire et des taux d'intérêt difficiles, l'absence de sinistres majeurs tels que des catastrophes naturelles et de bons résultats dans les affaires opérationnelles. En 2010, les assureurs privés ont dans l'ensemble fait bonne figure dans des conditions de marché difficiles. Ils ont récolté les fruits des efforts consentis au cours des années passées afin d'améliorer les affaires opérationnelles, d'accroître la rentabilité et de renforcer la base de capital ainsi que la gestion des risques.

Selon les estimations de l'Association Suisse d'Assurances (ASA), le volume de primes des assurances-vie en 2010 présente au total, par rapport à l'exercice précédent, une croissance de 1,4%. Cette évolution est réjouissante compte tenu des conditions très difficiles, notamment en ce qui concerne l'environnement monétaire et des taux d'intérêt. Le moteur de croissance déterminant a été pour une fois l'as-

surance-vie collective, qui affiche une croissance de plus de 4% par rapport à 2009. L'assurance-vie individuelle a par contre enregistré un recul de 4,5%. L'année précédente présentait toutefois une croissance relativement forte (+7,5%), ce qui relativise un peu le recul des primes de l'exercice sous revue. Les assurances-vie individuelles à primes uniques ont subi un recul très net. La faiblesse des taux d'intérêt en est la raison principale. Cela explique aussi le léger recul de 1,3% du volume des primes dans les assurances-vie individuelles à primes périodiques. En cette période marquée par une faiblesse persistante des intérêts, précisément, les effets néfastes du droit de timbre sur ce type de prévoyance vieillesse individuelle sont très clairement apparus: une taxe à hauteur de 2,5% de la prime unique a une influence incontestablement

négative sur la demande de telles assurances-vie. La tendance consistant en une augmentation des assurances liées à des fonds au détriment des assurances de capital traditionnelles se poursuit. Dans l'ensemble des affaires d'assurance-vie individuelle, les produits liés à des fonds représentent déjà plus de 35% du volume total des primes. Dans les assurances-vie liées à des fonds, les primes ont augmenté de 8,2% pour les contrats à primes uniques et de 3,2% pour les contrats à primes périodiques.

D'après les chiffres de l'ASA, le volume des primes non-vie n'a augmenté au total que de 0,4% en 2010 sur le marché suisse. Ce taux de croissance se situe légèrement en dessous de la moyenne des années précédentes. Le ralentissement de la croissance des primes en assurance de dommages est le reflet d'une concurrence de plus en plus âpre sur un marché suisse de l'assurance de dommages largement saturé. Bon nombre de prestataires aspirent à une croissance durable, toutefois uniquement à condition que celle-ci soit rentable. Selon les premières évaluations, le volume des primes dans les assurances véhi-

cules à moteur a augmenté de 0,4%. Tandis que les primes affichent un léger recul dans l'assurance responsabilité civile véhicules à moteur, les primes de l'assurance casco véhicules à moteur sont en hausse de 1,3%. Cette évolution tient d'une part à la forte concurrence qui règne parmi les assureurs, et d'autre part à une transformation profonde du marché de l'automobile en Suisse: les immatriculations de voitures de tourisme ont augmenté de 11%; en outre, l'acheteur d'une voiture a de plus en plus tendance à prendre en compte des caractéristiques de performance telles que l'efficacité énergétique, le respect de l'environnement ainsi qu'une consommation modérée. Ces petites voitures généralement respectueuses de l'environnement peuvent être assurées auprès de nombreux acteurs du marché à des



## «Atteindre des objectifs ensemble»

Société Virtua, Marcel Prisi, Steve Savioz, Yannick Burky, Raphael Augustin  
Assurance pour PME MODULA



primes responsabilité civile plus basses, ce qui se répercute sur l'ensemble du volume des primes de la branche. Dans les assurances incendie, dommages naturels et autres assurances de choses, il faut compter avec une stagnation du volume des primes. Une telle évolution est le résultat différé de la croissance économique négative ainsi que de la consommation au ralenti en 2009.

Depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2011, les prescriptions du test suisse de solvabilité (SST) s'appliquent au secteur suisse de l'assurance. Les exigences en matière de capital définies par la FINMA sont élevées et la définition des modèles de risque adéquats à prendre en considération font l'objet de diverses discussions. Les assureurs privés tournent leurs regards vers l'Europe et mettent en garde contre un affaiblissement de la compétitivité de la place financière suisse au cas où les dispositions du SST se révéleraient plus contraignantes que celles de Solvabilité II, le pendant du SST au sein de l'UE.

Début 2011, l'effectif des personnes employées en Suisse par l'industrie de l'assurance (y compris les caisses-maladie) et travaillant sur le territoire national s'élève à 48 660 personnes, dont 8 630 dans le service externe. Cela représente au total une diminution de 1,5% par rapport à l'année précédente.

L'environnement juridique du secteur de l'assurance a été déterminé en 2010 par une série de projets de loi importants, l'élément central étant la révision totale de la loi fédérale sur le contrat d'assurance (LCA). Dans la mesure où elle influence de manière déterminante les relations contractuelles entre les assureurs et leurs clients ainsi que les produits proposés par les assu-

reurs, la future structure de la LCA revêt une grande importance pour le secteur de l'assurance privée. La révision a principalement pour but d'adapter la LCA vieille de plus de 100 ans au contexte de consommation actuel et de renforcer la position juridique des preneurs d'assurance ainsi que des autres ayants droit en vertu du contrat d'assurance. Les assureurs sont favo-

rables à une LCA adaptée aux exigences de notre temps; toutefois, la réglementation très dense de la proposition actuelle fait l'objet de critiques. La liberté contractuelle protégée par le droit fondamental se heurte à des restrictions majeures: les normes LCA impératives représentent environ 90% de l'ensemble des dispositions. Les résultats de la procédure de consultation ont été publiés en 2010. Un projet de loi assorti d'un message du Conseil fédéral est attendu pour le second semestre 2011. Un autre projet de révision concerne le remaniement

<b>Répartition des primes brutes par branche</b>	<b>2010</b> Prime CHF mio.	<b>2010</b> Part en %	2009 Part en %	Variation/année précédente en %
<b>Assurances-vie</b>	<b>1 352,3</b>	<b>62,8</b>	<b>63,6</b>	<b>-0,2</b>
Assurances-vie individuelles liées à des fonds y c. assurances complémentaires	1 090,8	50,7	50,3	2,0
Contrats d'investissement	77,6	3,6	4,7	-22,8
Autres assurances-vie individuelles	180,9	8,4	8,5	-0,5
Assurances-vie collectives	2,8	0,1	0,1	25,7
Affaires acceptées	0,2	0,0	0,0	-25,8
<b>Assurances non-vie</b>	<b>801,5</b>	<b>37,2</b>	<b>36,4</b>	<b>3,8</b>
Assurance véhicules à moteur	396,0	18,3	18,0	3,7
Autres affaires grand public	246,9	11,5	11,4	2,1
Assurances collectives de personnes	156,1	7,3	6,9	7,1
Affaires acceptées	2,5	0,1	0,1	-1,0
<b>Total</b>	<b>2 153,8</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>1,3</b>

de la loi fédérale sur l'assurance-accidents (LAA). A l'automne 2010, le Conseil national a décidé de renvoyer au Conseil fédéral le projet de loi qui lui avait été soumis. Le Parlement a ainsi perdu un temps précieux. Depuis son entrée en vigueur en 1984, la LAA n'a fait l'objet d'aucune modification essentielle, cela bien que le fondement juridique d'autres assurances sociales ait profondément changé. Il serait donc grand temps de supprimer certaines incertitudes juridiques et d'établir la base nécessaire permettant d'appliquer à l'assurance-accidents les changements opérés jusqu'à présent. Du côté des assureurs privés, on privilégie donc un projet de révision «light», visant d'une part à adapter certains articles pour éviter les lacunes juridiques, et d'autre part à délimiter clairement les compétences de l'assurance privée et de la Suva.

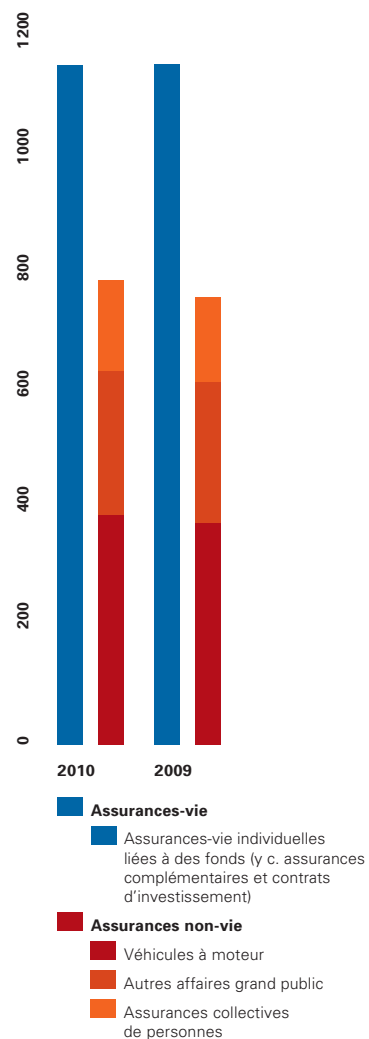
### Positionnement de GENERALI

En ce qui concerne la composition de son portefeuille, GENERALI occupe depuis toujours une position particulière sur le marché suisse par rapport aux autres assureurs toutes branches. En 2010, le Groupe GENERALI Suisse a acquis 62,8%

de ses primes dans les assurances-vie, contre 37,2% dans le domaine non-vie. En assurance-vie, 99,9% des primes proviennent des affaires vie individuelle et seulement 0,1% des affaires vie collective, en cours de liquidation. Dans le domaine vie individuelle, 86,4% des primes proviennent des assurances liées à des fonds.

Dans l'assurance-vie individuelle liée à des fonds comme dans l'assurance non-vie, le Groupe GENERALI Suisse reste sur la voie du succès et enregistre en 2010 encore, malgré un environnement de marché difficile, une croissance des primes très réjouissante, plus forte que celle du marché suisse. Positive sans interruption depuis cinq ans et située à l'heure actuelle nettement au-dessus du marché, la croissance en assurance non-vie suit une évolution particulière. Parallèlement,

**Primes brutes des affaires de base CHF mio.**



GENERALI est parvenue à atteindre, dans une large mesure, les objectifs ambitieux qu'elle s'est fixés en termes de coûts et à confirmer ainsi les résultats positifs des années précédentes.

#### **Affaires opérationnelles**

Au cours de l'exercice sous revue, le Groupe dans son ensemble a, grâce aux activités commerciales des compagnies suisses et liechtensteinoises, augmenté le nombre de ses clients de 41 577, portant leur chiffre total à 1 045 116. En assurance-vie individuelle, la production brute se situe de nouveau à un niveau élevé, avec CHF 3,21 milliards de capitaux assurés. En assurance non-vie, les affaires nouvelles atteignent CHF 227,7 millions en primes brutes et CHF 70,3 millions en primes nettes. Dans les affaires de base du Groupe, les primes ont augmenté de 1,4% et se montent à CHF 1 967,4 millions. En assurance non-vie, les primes, fortes d'une croissance de 3,8%, atteignent au total CHF 801,5 millions. En assu-

rance-vie liée à des fonds, les primes affichent une hausse de 2,0% et s'élevèrent à CHF 1 090,8 millions. Au total, les primes brutes du Groupe GENERALI Suisse ont augmenté de 1,3% à CHF 2 153,8 millions.

On ne déplore aucune catastrophe naturelle au cours de l'exercice sous revue. Les branches d'assurances de choses affichent un très bon résultat des sinistres. La hausse de fréquence des cas de prestations dans la branche casco véhicules à moteur ainsi que dans les assurances collectives de personnes pèse dans l'ensemble plus fortement sur le résultat que l'année précédente. L'évolution des coûts demeure réjouissante. Les efforts consentis afin d'uniformiser les systèmes d'administration et d'optimiser les processus internes ont produit les effets escomptés, si bien que le taux des frais d'administration a une fois encore été considérablement réduit. Globalement, le ratio combiné brut s'est légèrement dégradé, mais constitue encore, avec 92,6%, un résultat technique tout à fait positif. La marge de solvabilité SST est elle aussi restée stable. Elle correspond à un taux de solvabilité supérieur à la moyenne.

### Résultat du Groupe

Le résultat du Groupe présente pour l'exercice 2010 un bénéfice de CHF 165,9 millions, contre CHF 76,1 millions l'année précédente. Le bon

### Résultat financier

Le redressement intervenu sur les marchés des capitaux au cours du second semestre a eu un impact positif. Le résultat financier s'est nettement amélioré par rapport à l'année précédente et affiche à la clôture de l'exercice 2010 un bénéfice de CHF 40,8 millions, contre une perte de CHF 3,4 millions l'année précédente.

**«Le résultat du Groupe présente pour l'exercice 2010 un bénéfice de CHF 165,9 millions, contre CHF 76,1 millions l'année précédente»**

résultat est dû essentiellement à une nette amélioration du résultat technique en assurance-vie ainsi qu'à un résultat financier positif après deux exercices consécutifs dans les chiffres négatifs.

### Aperçu du résultat du Groupe

	2010 CHF mio.	2009 CHF mio.	Variation/ année précédente en %
<b>Résultat opérationnel brut assurances-vie individuelles</b>	<b>142,1</b>	<b>77,7</b>	<b>82,9</b>
dont assurances-vie individuelles liées à des fonds	75,5	44,3	70,4
dont autres assurances-vie individuelles	66,6	33,4	99,5
<b>Résultat opérationnel brut assurances-vie collectives</b>	<b>0,2</b>	<b>-2,2</b>	<b>n.d.</b>
<b>Résultat opérationnel brut assurances non-vie</b>	<b>31,1</b>	<b>37,6</b>	<b>-17,3</b>
dont véhicules à moteur	14,2	7,2	98,3
dont autres affaires grand public	29,9	21,5	38,9
dont assurances collectives de personnes	-13,0	8,9	n.d.
<b>Réassurance</b>	<b>-14,6</b>	<b>-7,8</b>	<b>87,9</b>
<b>Résultat financier</b>	<b>40,8</b>	<b>-3,4</b>	<b>n.d.</b>
Résultat avant impôts	199,6	102,0	95,7
Impôts	-33,7	-25,9	30,4
<b>Résultat global</b>	<b>165,9</b>	<b>76,1</b>	<b>117,9</b>

## «Toujours là pour moi»

**Isabelle Kappeler**  
Assurance voyage ASSISTANCE



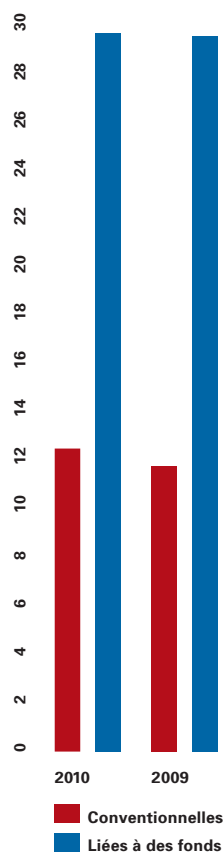
## Assurances-vie

### Généralités/environnement

Malgré des conditions de marché difficiles caractérisées par un niveau historiquement bas des taux d'intérêt et des incertitudes persistantes sur les marchés financiers, GENERALI est parvenue à maintenir l'évolution positive des années précédentes et à acquérir des parts de marché supplémentaires. Le segment clé des assurances-vie liées à des fonds s'inscrit cette année encore à la hausse. Tandis que le volume des primes est globalement en recul sur le marché national, GENERALI, forte d'une croissance des primes brutes de 3,3% dans les affaires suisses d'assurance-vie individuelle à primes en cours, prend la position de leader du marché. Ce succès est dû non seulement aux affaires de base, c'est-à-dire les assurances-vie liées à des fonds, mais aussi, à nouveau, et dans une large mesure, aux produits conventionnels, qui gagnent en attrait et en importance dans le contexte financier actuel. Afin d'être bien armé pour faire face à la concurrence future, il est en outre nécessaire d'adapter les produits d'assurance-vie actuels

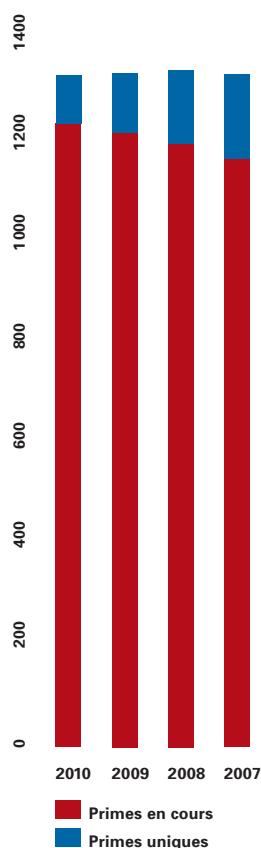
aux nouvelles conditions de marché et aux besoins actuels des clients. D'un côté, du fait des exigences plus strictes en matière de capital auxquelles sont soumis les assureurs-vie, les clients bénéficient d'une sécurité encore plus élevée. D'un autre côté, cette sécurité supplémentaire se répercute sur la structure des produits ainsi que sur les prestations et les prix. Si, lors de la conclusion d'une assurance-vie, c'est aujourd'hui avant tout le montant de la prestation garantie qui prime, il convient, dans une perspective d'avenir, de prendre en compte de manière équilibrée le potentiel de rendement à long terme et la volatilité des placements choisis, ainsi que les besoins de flexibilité de la clientèle.

Portefeuille assurances-vie individuelles y c. contrats d'investissement  
CHF mia.





**Primes brutes assurances-vie individuelles y c. contrats d'investissement**  
CHF mio.



### Produits et innovations

Depuis juillet 2010, GENERALI dispose d'un produit attrayant et compétitif dans les assurances-vie conventionnelles à prime périodique, comme c'était déjà le cas pour les contrats à prime unique. La promotion de l'assurance-vie conventionnelle comme solution alternative à l'assurance-vie liée à des fonds ainsi qu'à l'assurance de risque complète l'offre de GENERALI et permet en outre une meilleure diversification du portefeuille.

Avec l'introduction de la nouvelle «génération tarifaire 2011» en octobre 2010, GENERALI a complètement remanié sa palette de produits dans le segment des assurances-vie liées à des fonds et adapté ses produits des affaires de base aux conditions-cadres actuelles ainsi qu'aux souhaits potentiels de la clientèle. L'offre existante a également été condensée et, à travers le lancement des trois classes de garantie «Classic», «Plus» et «Profit», répond mieux aux besoins individuels de la clientèle en matière de sécurité et de rendement.

Outre les plans de placement «Best Selection», les clients peuvent désormais aussi opter, à titre de choix supplémentaire, pour des fonds «FORTUNA Multi INDEX». Dans ce cas, le placement est effectué dans un fonds de fonds de FORTUNA Investment SA, Adliswil, qui est divisé en compartiments investissant dans différents fonds indiciels (principalement des fonds ETF ou indiciels).

La «police de prévoyance» lancée en novembre 2010 dans une optique de soutien à la vente combine les avantages des différents produits des trois classes de garantie et permet en même temps aux clients d'investir une part de la prime dans des produits liés à des fonds avec ou sans garantie ainsi que dans des produits conventionnels. D'autres produits innovants et flexibles sont en préparation.

## «Accompagner pendant toute la vie»

Famille Buhagiar Grosz, Alain et Elisabeth avec Anne-Sophie et Samuel  
Assurance de protection juridique combinée



Avec le nouveau «plan de versement», GENERALI dispose désormais, pour le segment 50Plus, d'une offre conventionnelle pour la planification de la prévoyance, qui constitue une alternative à la solution de rente viagère. Le lancement effectif a eu lieu dans le cadre du nouveau «plan de rente», début

**«Tandis que le volume des primes est globalement en recul sur le marché national, GENERALI, forte d'une croissance des primes brutes de 3,3 % dans les affaires suisses d'assurance-vie individuelle à primes en cours, prend la position de leader du marché»**

2011. Il s'agit d'une solution d'un genre nouveau, qui combine les avantages d'une distribution du revenu planifiée selon le plan de versement avec l'assurance longévité, et qui offre aux clients non seulement des avantages fiscaux mais aussi de la flexibilité dans la forme individuelle du contrat.

**Affaires nouvelles**

Avec CHF 3,21 milliards, la somme de production brute, qui reflète les affaires nouvelles en assurance-vie conformément aux bases de production correspondantes, a baissé de 8% par rapport à l'année précédente. Les assurances de capitaux liées à des fonds représentent avec 63,6% (contre 69,9% l'année précédente) la part la plus importante de cette production, étant précisé que 98,3% (contre 97,7% l'année précédente) de ce volume concerne des assurances à primes périodiques. Dans le domaine des assurances mixtes conventionnelles, rendues plus attrayantes après la révision tarifaire, la production a presque quadruplé par rapport à l'année précédente.

### Développement du portefeuille

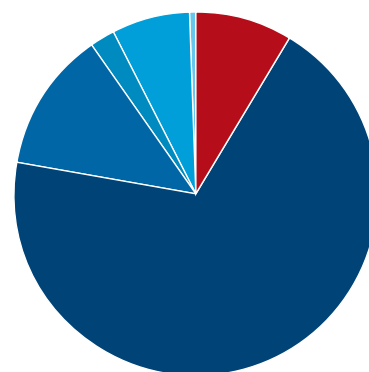
La tendance en faveur des produits liés à des fonds avec prestation minimale garantie à l'échéance se poursuit de manière continue. Le portefeuille d'assurances mixtes conventionnelles a augmenté de 6,1% suite à l'introduction du nouveau produit conventionnel évoqué précédemment. Les assurances mixtes liées à des fonds enregistrent une croissance de 2,1% à CHF 29,4 milliards. Elles représentent une part de 69,2% du portefeuille global. La somme d'assurance capitalisée du portefeuille d'assurances-vie individuelles a progressé de 3,4% à CHF 41,6 milliards.

### Evolution des affaires

Les primes brutes émises sur l'ensemble des assurances-vie, qui s'élèvent à CHF 1352,3 millions, affichent un léger recul par rapport à l'année précédente (CHF 1354,5 millions). Le recul de la production pour les produits financés par prime unique dans les assurances liées à des fonds et les contrats d'investissement a été compensé par une hausse des primes en cours dans

les affaires d'assurance-vie individuelle de 1,6% à CHF 1252,7 millions. Les primes en cours des affaires de base, à savoir les assurances-vie liées à des fonds (y compris les tarifs complémentaires), ont augmenté de 2,0% à CHF 1090,8 millions. Les affaires nouvelles, qui consistent en des sommes d'assurance et des rentes capitalisées, enregistrent un recul de 8,3% à CHF 4295 millions. L'accroissement du nombre de conclusions d'assurances-décès pures et d'assurances mixtes conventionnelles est réjouissant. Cela augmente le degré de diversification. Les sommes d'assurance correspondantes du portefeuille affichent une croissance exceptionnellement forte de 21,1%. Etablies à CHF 565,1 millions, les prestations d'assurance versées affichent, quant à elles, un léger recul de 0,6%.

Portefeuille assurances-vie individuelles 2010



8,7%	Assurances de capitaux conventionnelles
69,2%	Assurances de capitaux liées à des fonds
12,4%	Assurances de risque
2,3%	Assurances de rentes
7,0%	Assurances complémentaires
0,4%	Assurances-maladie

### Principauté de Liechtenstein

Comparées à l'année précédente, les affaires nouvelles ont chuté de 23,5%. Contre toute attente, la tendance négative de l'année précédente s'est poursuivie, avant tout en raison de la dépréciation de l'euro par rapport au franc suisse et de la suppression d'un important distributeur.

### Résultat opérationnel

Le résultat opérationnel brut en assurance-vie individuelle a presque doublé, passant de CHF 77,7 millions l'année précédente à CHF 142,1 millions. Le résultat moins bon de l'année précédente est dû principalement à la constitution de réserves destinées aux garanties des taux d'intérêt. Le résultat relatif aux risques de mortalité et d'invalidité en assurance-vie individuelle est bon et conforme aux attentes pour l'année 2010. Le résultat des frais d'administration s'est amélioré de 2,8% par rapport à l'année précédente. Etabli à CHF 23,1 millions, le résultat des frais d'acquisition est très bon (CHF 16,6 millions l'année précédente).

En assurance-vie collective, le résultat brut opérationnel s'est amélioré, passant de CHF -2,2 millions à CHF 0,2 millions. Cette évolution s'explique essentiellement par des versements extrêmement élevés sur les montants de l'épargne, qui ont entraîné une hausse des primes brutes émises.

<b>Primes brutes</b>	<b>2010</b>	Variation/année
	CHF 1000	précédente en %
<b>Affaires de base</b>	<b>1 168 395</b>	<b>-0,2</b>
Assurances-vie individuelles liées à des fonds à primes en cours	945 989	3,2
liées à des fonds à prime unique	30 420	-27,3
Assurances complémentaires polices liées à des fonds	114 394	3,1
Contrats d'investissement à primes en cours	58 999	-7,1
Contrats d'investissement à prime unique	18 593	-49,9
<b>Autres assurances-vie individuelles</b>	<b>181 076</b>	<b>-0,5</b>
Conventionnelles à primes en cours	120 181	-6,0
Assurances complémentaires polices conventionnelles	16 826	-3,5
Conventionnelles à prime unique	43 819	10,5
Affaires indirectes	250	-25,8
<b>Affaires en «run-off»</b>	<b>2 800</b>	<b>25,7</b>
Assurances-vie collectives à primes en cours	2 134	6,0
à prime unique	666	210,3
<b>Total</b>	<b>1 352 271</b>	<b>-0,2</b>

## «Regarder l'avenir ensemble»

Florian Zermatten et Mélanie Pellaud  
Assurance ménage PRISMA Flex

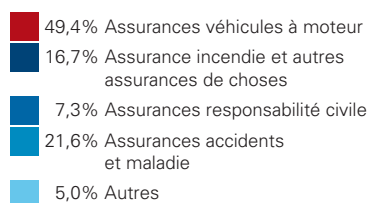
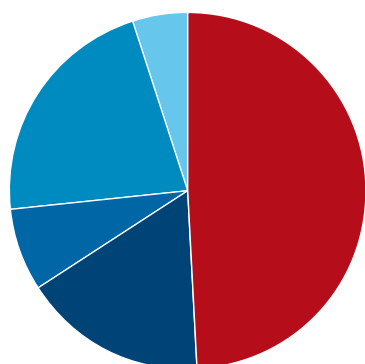


## Assurances non-vie

### Généralités/environnement

Les assurances non-vie du Groupe GENERALI Suisse sont gérées par GENERALI Assurances Générales SA, dont le siège se trouve à Nyon, ainsi que par Fortuna Compagnie d'Assurance de Protection Juridique SA, à Adliswil.

### Composition du portefeuille (primes)



Dans un contexte persistant de concurrence intense et de pressions sur les prix, GENERALI est à nouveau parvenue à obtenir de bons résultats en 2010. Flexibilité et innovation ont été les maîtres mots de cette réussite. Ces facteurs ont permis une croissance supérieure à la moyenne du marché et un résultat technique réjouissant.

### Produits et innovations

GENERALI poursuit sa stratégie d'innovation dans le développement de ses produits et prestations. En 2010, GENERALI a introduit de nouveaux tarifs flexibles afin d'offrir à sa clientèle des solutions taillées sur mesure en fonction du profil de risque et des besoins de chacun. L'engagement de GENERALI en fa-

veur de l'environnement se traduit par des tarifs innovants dans le segment des assurances véhicules à moteur. Désormais, les détenteurs de véhicules qui disposent d'une plaquette énergétique A ou B bénéficient de rabais supplémentaires allant jusqu'à 25%.

Dans le domaine des assurances collectives de personnes, les entreprises clientes bénéficient désormais d'une large gamme de prestations grâce au développement de GENERALI Care Management. Ce produit offre quatre familles de prestations qui peuvent être modulées selon les besoins individuels du client: Case Management, gestion des absences, promotion de la

vice, qui atteint un taux éloquent de 97,8%. Le service de réparation des pare-brises n'est pas en reste et présente également des résultats très réjouissants.

Fidèles à notre devise «Simplement GENERALI», nous avons en permanence pour but de soutenir nos

santé en entreprise et statistiques. Le savoir-faire mis à la disposition de la clientèle ainsi que les prestations de services prévues répondent aux attentes et contribuent à un développement prometteur de ces branches d'assurance.

En 2010, GENERALI confirme le succès des prestations de services intégrées à ses produits d'assurance, avec un développement de 37% pour le service «FLEXICAR». Cette formule inclut, dans le cadre de la réparation d'un véhicule à moteur, la prise en charge du véhicule au domicile du client, sans frais supplémentaires. Ce succès serait incomplet sans la satisfaction des clients bénéficiaires de ce ser-

<b>Primes brutes par branche</b>	<b>2010</b>	Variation/année
	CHF 1 000	précédente en %
<b>Assurance véhicules à moteur</b>	<b>395 966</b>	<b>3,7</b>
Responsabilité civile	199 334	4,8
Casco	182 836	2,8
Occupants	13 796	-1,4
<b>Autres affaires grand public</b>	<b>246 902</b>	<b>2,1</b>
Assurance incendie et autres assurances de choses	133 522	2,2
Responsabilité civile	58 484	0,3
Accidents/maladie	16 830	-5,8
Protection juridique	25 123	9,7
Autres	12 943	6,3
<b>Assurances collectives de personnes</b>	<b>156 175</b>	<b>7,1</b>
Accidents collective/LAA	89 050	11,2
Perte de gain maladie collective	67 125	2,0
<b>Affaires acceptées</b>	<b>2 514</b>	<b>-1,0</b>
<b>Total</b>	<b>801 557</b>	<b>3,8</b>



clients et de leur rendre la vie plus facile. Afin d'offrir des solutions complètes répondant aux besoins de chaque client, nous adaptons les processus aux différents segments de clientèle et cherchons des coopérations avec des partenaires spécialisés.

**«La prestation de services «FLEXICAR» obtient un succès éloquent auprès des clients avec un taux de satisfaction de 97,8%»**

**Evolution des affaires**

Par rapport à l'exercice précédent, les primes des affaires non-vie présentent une évolution très positive de 3,8%. Cette croissance résulte avant tout de l'évolution favorable des assurances véhicules à moteur, accidents, perte de gain maladie collective et protection juridique.

Les assurances véhicules à moteur enregistrent une hausse de 3,7%. L'assurance responsabilité civile progresse de 4,8% et l'assurance casco de 2,8%. Les nouveaux tarifs introduits ainsi que les mesures réussies de fidélisation de la clientèle ont été la clé de cette forte production.

La conclusion de plusieurs contrats collectifs importants au 1<sup>er</sup> janvier 2010 a eu une influence extrêmement positive sur la croissance des primes de 7,1% dans les branches des assurances accidents et maladie collectives.

## «Découvrir de nouvelles perspectives»

Emmanuel Siegfried  
Assurance-vie SCALA Plus



### Résultat opérationnel

Les conséquences des dommages causés par la grêle en juillet 2009, qui se sont traduites par un besoin accru de provisions pour l'année 2010, l'augmentation de la fréquence des sinistres, essentiellement dans les branches casco mais aussi dans les branches responsabilité civile, ainsi que la détérioration des conditions-cadres dans les assurances collectives de personnes en raison de la conjoncture ont grevé le résultat de l'exercice écoulé. Plusieurs mesures pour y remédier ont d'ores et déjà été initiées. Grâce à une excellente maîtrise des coûts de gestion des sinistres, le ratio combiné brut se maintient néanmoins à un bas niveau (92,6%), proche de celui enregistré l'année précédente.

Les prestations d'assurance versées en 2010 totalisent CHF 551,1 millions. Le résultat opérationnel brut

des assurances non-vie s'élève à CHF 31,1 millions contre CHF 37,6 millions l'année précédente.

### Assurance de protection juridique

Le volume de primes de FORTUNA Compagnie d'Assurance de Protection Juridique SA a augmenté de 9,7% en 2010, atteignant CHF 25,1 millions. L'objectif de production visé a ainsi été atteint. La poursuite sur la voie de la croissance est soutenue par le développement continu du réseau de bureaux de sinistres ainsi que par l'exploitation des synergies dans le cadre de la collaboration avec l'organisation de vente du Groupe GENERALI Suisse. Avec 93,7%, le ratio combiné brut se situe à un niveau positif.

<b>Evolution du ratio combiné brut</b>	2006	2007	2008	2009	<b>2010</b>
	en %	en %	en %	en %	en %
Véhicules à moteur	92,4	92,1	88,7	91,8	<b>89,5</b>
Autres affaires grand public	91,1	91,3	90,2	91,2	<b>89,6</b>
Assurances collectives de personnes	97,5	96,8	102,4	95,4	<b>105,1</b>
<b>Total</b>	<b>92,8</b>	<b>92,7</b>	<b>91,7</b>	<b>92,4</b>	<b>92,6</b>

## Placements de capitaux et fonds

### Evolution des marchés des capitaux

Les marchés financiers ont été marqués par une volatilité élevée en 2010. Les inquiétudes qui sont apparues quant à la croissance ainsi que la crise de la dette publique qui s'est aggravée dans la zone euro en furent les principales causes.

Les marchés financiers ont de ce fait suivi une évolution très différente, en particulier dans la zone euro, où les différences de rendement ont été particulièrement importantes. Compte tenu des inquiétudes persistantes concernant les finances publiques, les marchés financiers devraient présenter de fortes fluctuations en 2011 également. Néanmoins, la conjoncture mondiale solide laisse présager une évolution positive sur la plupart des marchés des actions.

Du côté des marchés obligataires, les perspectives de rendement se sont assombries. Il n'y a pas lieu de

s'attendre à une hausse très marquée des intérêts. En revanche, les primes de risque pour les taux sur le marché des capitaux devraient augmenter en raison des emprunts élevés des Etats. Le revenu global des obligations restera donc en-dessous de la rémunération actuelle déjà basse.

La crise de la dette publique reste le principal risque pour les marchés financiers. Des progrès se dessinent par le remaniement du pacte de stabilité et de croissance ainsi que par la réduction des déficits budgétaires. Mais il sera probablement difficile de regagner rapidement la confiance des investisseurs.

Le Groupe GENERALI Suisse a fait bonne figure dans ce contexte économique difficile. Par sa politique de placement prudente, il réalise une performance positive de 3% sur les placements de capitaux dans le cadre des assurances conventionnelles. Ce résultat réjouissant s'explique par la solvabilité et la duration du portefeuille obligataire, par la part importante d'immeubles de qualité ainsi que par la couverture consécutive des risques de change.

### Placements de capitaux

En 2010, les placements de capitaux du Groupe GENERALI Suisse dans le domaine des assurances conventionnelles ont augmenté de 1,3% à CHF 5,10 milliards. Alors que les autres parts de fonds (-31,0%), les hypothèques (-10,1%) et les prêts (-6,7%) ont reculé, les autres placements de capitaux ont enregistré une hausse de 153,4%, due principalement au volume plus élevé d'instruments de couverture des taux utilisés pour des assurance-vie liée à des fonds. La part d'immeubles (-1,9%), de titres à revenu fixe (0,9%) et d'actions (0,3%) est restée quasiment constante. La part d'actions effective (après couverture) a progressé de 3,5% à 5,1%.

Grâce notamment aux affaires nouvelles, le volume des parts de fonds pour les assurances liées à des fonds et les contrats d'investissement a augmenté de 7,4% à CHF 5,86 milliards. Cela représente 53,5% de l'ensemble des placements (exercice précédent: 52,0%).

### Placements de capitaux: portefeuille à valeur comptable par catégorie

Catégorie de placement	2010	2009	Variation en %	2010	2009
	CHF 1 000	CHF 1 000		Part en %	Part en %
Immeubles	888 368	905 551	-1,9	17,4	18,0
Hypothèques	590 228	656 178	-10,1	11,6	13,0
Titres à revenu fixe	2 668 204	2 644 472	0,9	52,3	52,6
Actions et parts de fonds en actions	295 971	295 042	0,3	5,8	5,9
après couverture	261 370	173 912	50,3	5,1	3,5
Autres parts de fonds	181 272	262 650	-31,0	3,6	5,2
Prêts	117 384	125 843	-6,7	2,3	2,5
Autres placements de capitaux	355 475	140 299	153,4	7,0	2,8
<b>Placements assurances conventionnelles</b>	<b>5 096 902</b>	<b>5 030 035</b>	<b>1,3</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
Parts de fonds assurances-vie liées à des fonds et contrats d'investissement	5 856 343	5 452 800	7,4		
<b>Total placements de capitaux</b>	<b>10 953 245</b>	<b>10 482 835</b>	<b>4,5</b>		

Totalisant CHF 339,0 millions, le produit des placements de capitaux dans les assurances conventionnelles présente une hausse de 28,9%. Alors que les produits en cours affichent un recul de 3,3% en raison de taux d'intérêt plus faibles et de la diminution des catégories de placements liés aux taux d'intérêts, les bénéfices comptables ont fortement augmenté, en premier lieu en raison de l'augmentation de valeur des instruments de couverture des taux consécutive à la baisse des taux d'intérêts. Les charges liées aux placements de capitaux ont reculé de 38,6% pour s'établir à CHF 129,1 millions principalement par le recul

des amortissements et dépréciations ainsi que des pertes sur les placements de capitaux.

Le produit total du capital a augmenté de CHF 52,8 millions à CHF 209,9 millions et le résultat financier (après prélèvement de l'intérêt technique pour les opérations d'assurance) poursuit son redressement, passant de CHF -3,4 millions à CHF 40,8 millions.

<b>Produits et charges sur placements de capitaux</b>	<b>2010</b> CHF 1 000	2009 CHF 1 000	Variation/année précédente en %
Immeubles	58 723	58 890	-0,3
Hypothèques	20 340	21 816	-6,8
Titres/prêts	89 783	94 900	-5,4
Prêts sur police	2 072	2 325	-10,9
Autres produits du capital	8 615	7 812	10,3
<b>Produits en cours selon catégories de placement</b>	<b>179 533</b>	<b>185 743</b>	<b>-3,3</b>
Bénéfices comptables options	125 937	41 618	202,6
Bénéfice sur réalisation de placements	33 504	35 557	-5,8
<b>Total produits sur placements de capitaux</b>	<b>338 974</b>	<b>262 918</b>	<b>28,9</b>
Charges de gestion	-47 460	-45 509	4,3
Charges d'intérêts	-44 083	-49 724	-11,3
Amortissements et dépréciations	-22 501	-71 230	-68,4
Pertes sur réalisation de placements	-15 052	-43 650	-65,5
<b>Total charges sur placements de capitaux</b>	<b>-129 097</b>	<b>-210 113</b>	<b>-38,6</b>
<b>Produits nets sur placements de capitaux</b>	<b>209 877</b>	<b>52 805</b>	<b>297,5</b>

### Fonds de placement

Les activités liées aux fonds de placement des deux filiales FORTUNA Investment SA Adliswil et Vaduz présentent également en 2010 une évolution très positive. Soutenu par la solidité des opérations d'assurance, le volume des fonds a augmenté de 9,4% à CHF 2,4 milliards.

Afin de mieux étayer encore l'offre d'assurances-vie, FORTUNA Investment SA, Adliswil, a lancé cinq nouveaux fonds dans le courant de l'année 2010: un fonds obligataire CHF pour des investissements à long terme («FORTUNA INVEST – Long Term Bond Fund CHF») ainsi qu'un fonds ombrelle divisé en quatre compartiments (fonds de fonds) investissant dans des fonds cibles, principalement des fonds ETF (Exchange Traded Fund) et des fonds indiciels. Les fonds FORTUNA Multi INDEX 10, 20, 30 et 40 se distinguent essentiellement par leurs quotes-parts d'actions de 10%, 20%, 30% et 40%.

En 2010, les fonds FORTUNA existants ont réalisé une performance annuelle positive entre 0,2% et 2,5%, excepté le fonds FORTUNA Europe Balanced Fund CHF, qui affiche une performance négative de -3,6% due à sa quote-part élevée en euros (part d'investissement stratégique dans des actions européennes à hauteur de 20% environ). Les nouveaux fonds ont été lancés respectivement en avril et octobre 2010. Leur performance a souffert de la forte hausse des intérêts à long terme vers la fin de l'année.

La gestion de portefeuille du Fonds de placement FORTUNA et des fonds FORTUNA Europe Balanced CHF et FORTUNA Europe Balanced EUR a été confiée à la banque BSI, Lugano, une filiale d'Assicurazioni GENERALI S.p.A. Pour les autres fonds, cette fonction est assumée par la société de direction de fonds FORTUNA Investment SA, Adliswil.

**Performance et structure de placement des fonds de FORTUNA au 31 décembre 2010**

	Volume des fonds <b>2010</b> en mio. CHF	Perfor- mance <b>2010</b> en %	Actions Suisse en %	Actions étranger en %	Obliga- tions CHF en %	Obligations monnaies étrangères en %	Hypo- thèques en %	Autres place- ments en %	Total en %
Fonds de placement									
FORTUNA **	1 471,1	1,1	8,0	9,0	60,3	16,9	3,4	2,4	100,0
FORTUNA Equity Fund Switzerland	242,5	2,0	98,0	0,0	0,0	0,0	0,0	2,0	100,0
FORTUNA Bond Fund CHF	292,1	2,3	0,0	0,0	90,1	0,0	0,0	9,9	100,0
FORTUNA Europe Balanced CHF	199,0	-3,6	4,8	18,4	73,9	0,0	0,0	2,9	100,0
FORTUNA Europe Balanced EUR *	111,5	2,5	5,0	18,7	0,0	72,7	0,0	3,6	100,0
FORTUNA Short Term Bond Fund	47,8	0,2	0,0	0,0	95,4	0,0	0,0	4,6	100,0
FORTUNA INVEST – LT Bond Fund ****	5,5	-1,7	0,0	0,0	92,3	0,0	0,0	7,7	100,0
FORTUNA Multi INDEX 10 ****	5,3	-3,2	5,0	5,0	75,0	15,0	0,0	0,0	100,0
FORTUNA Multi INDEX 20 ***	7,6	-3,8	10,0	10,0	60,0	20,0	0,0	0,0	100,0
FORTUNA Multi INDEX 30 ****	5,3	-3,1	15,0	15,0	50,0	20,0	0,0	0,0	100,0
FORTUNA Multi INDEX 40 ****	5,3	-3,3	20,0	20,0	30,0	30,0	0,0	0,0	100,0
<b>Total</b>	<b>2 393,0</b>								

\* EUR/CHF = 1.30 / \*\* Les obligations en monnaies étrangères sont couvertes. / \*\*\* Depuis le 1<sup>er</sup> avril 2010 /  
\*\*\*\* Depuis le 1<sup>er</sup> octobre 2010



## «Réussir ensemble»

Société Sequoia, Didier de Kerchove, Lila Beuchat, Aurélie Noirclère, Bernard Gallo, Marnix Coopman  
Assurance de protection juridique pour entreprises COMPLETE



## Collaborateurs

L'effectif du personnel du Groupe GENERALI Suisse s'élève fin 2010 à 1592 personnes au service interne et 646 au service externe. Par rapport à l'année précédente, l'effectif du service externe a augmenté de 5% environ, alors que celui du service interne a légèrement diminué.

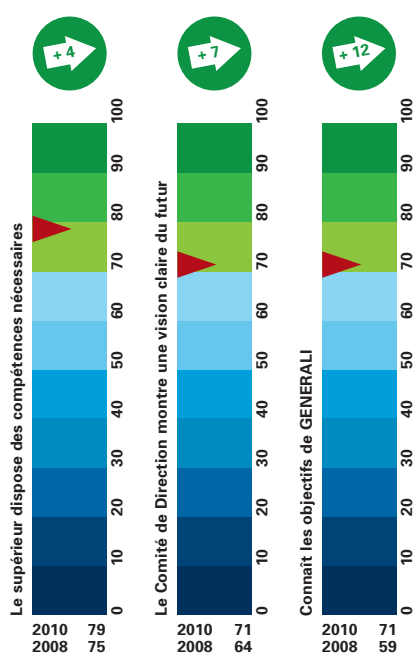
Pour la troisième fois, un sondage a été réalisé auprès des collaborateurs du Groupe GENERALI Suisse durant l'exercice sous revue. Les bons résultats de 2008 ont pu être confirmés, malgré une situation de marché difficile, qui a également pesé sur la situation de travail au sein de GENERALI. Le recours au sondage crée des possibilités d'interaction et fournit ainsi les bases nécessaires à la fidélisation des collaborateurs et au développement à long terme de l'entreprise. Le fort taux de participation au sondage de 2010 (84%), auquel étaient égale-

ment conviés, pour la première fois, nos collaborateurs du service externe, montre que les collaborateurs sont ouverts au dialogue et confiants face à ce moyen d'expression désormais familier. La motivation et la satisfaction des collaborateurs sont au cœur du sondage; les très bonnes valeurs obtenues dans ce domaine lors du sondage précédent se sont confirmées en 2010. A cet égard, le contact entre les collaborateurs et leur supérieur apparaît comme un point fort essentiel, de sorte que l'on peut parler d'une réelle culture de confiance et d'une bonne compétence en matière de

**«Le modèle de conduite de GENERALI apporte la clarté requise sous les différents aspects de la conduite»**

gestion. Cet atout est renforcé par un bon résultat au niveau de la collaboration et de la disposition à fournir des services au sein de l'équipe. Un dialogue direct et régulier est le fondement de la confiance des collaborateurs vis-à-vis du management, mais également des objectifs fixés

**Sélection de points forts du sondage des collaborateurs 2010**



et de la stratégie définie. L'amélioration considérable obtenue dans ce domaine est le fruit des messages clairs et des nombreuses manifestations d'information au cours des 18 derniers mois. Les cadres ont entre-temps, à tous les échelons, analysé les résultats du sondage avec leurs collaborateurs et engagé des mesures appropriées.

Au printemps 2010, un processus de développement intensif, incluant tous les domaines d'affaires et tous les échelons hiérarchiques, a permis d'élaborer un modèle de conduite pour le Groupe GENERALI Suisse.

Le modèle de conduite de GENERALI

- décrit le comportement des cadres dans leur rôle d'exemple,
- donne à nos collaborateurs une certitude à l'égard de ce qu'ils peuvent attendre de leurs supérieurs et
- crée les bases pour une compréhension uniforme de la conduite.

Les différents blocs thématiques du modèle de conduite ont été harmonisés avec les règles déjà en vigueur au sein du Groupe GENERALI Suisse et apportent la clarté requise sous les différents aspects de la conduite. Après la communication du modèle de conduite, il s'agira, dans les prochains mois, d'intégrer ces principes dans les activités quotidiennes de l'entreprise et de consolider notre approche commune de la conduite.



## Informations diverses

### Activités de marché

Dans les assurances-vie, le Groupe GENERALI Suisse concentre toutes ses forces sur le domaine vie individuelle et n'exploite plus activement le segment vie collective dans le cadre de la prévoyance professionnelle. En assurance non-vie, GENERALI se positionne, d'une part, comme «retailer», avec des produits destinés aux particuliers et aux commerçants, et, d'autre part, comme assureur entreprises pour les petites et moyennes entreprises (PME). Dans des segments spécifiques, GENERALI s'adresse également aux grandes entreprises. Les activités de marché du Groupe GENERALI Suisse sont fortement axées sur ces segments de clientèle.

Dans les affaires vie, GENERALI est depuis 1990 spécialiste et leader des assurances liées à des fonds de placement. Avec une part de marché de 58,2%, elle est clairement le numéro un du marché suisse des assurances à primes en cours. Durant l'année sous revue, des inno-

vations attrayantes ont de nouveau été apportées dans le domaine des produits d'assurance-vie. GENERALI a introduit au cours du premier semestre une nouvelle génération tarifaire dans les assurances-vie liées à des fonds, offrant ainsi des prestations garanties en cas de vie avantageuses pour les longues durées d'assurance. Dans le même temps, plusieurs nouveaux fonds de placement FORTUNA Multi INDEX ont été lancés. Dans le domaine des assurances-vie conventionnelles, le produit SCALA Classic a été remanié et présente de nouveaux atouts dans le domaine des prestations. La palette des assurances-vie liées à des fonds a en outre été complétée par de nouveaux produits Profit

sans capital garanti en cas de vie, mais offrant des possibilités de rendements élevés. Enfin, l'offre d'assurances-vie a encore été élargie par l'introduction, fin 2010, de la police de prévoyance, qui propose, grâce à un logiciel spécifique, la meilleure solution possible selon les besoins de sécurité et de rendement propres à chacun de nos clients.

Selon le classement de l'Association Suisse d'Assurances (ASA), GENERALI occupe la sixième place sur le marché suisse de l'assurance non-vie, dont elle détient une part de 5,7%. En assurance véhicules à moteur, elle arrive également en sixième position, avec une part de marché de 7,2%. Grâce à des combinaisons sur mesure de modules de produits standardisés, des modèles tarifaires flexibles et des outils informatiques modernes, GENERALI acquiert non seulement des avantages concurrentiels, mais obtient également un faible ratio combiné. En 2010, GENERALI a

continué sur la voie de l'innovation dans le domaine non-vie. Ses activités de marché étaient concentrées et restent axées sur l'optimisation

**«Dans le domaine des assurances-vie conventionnelles, le produit SCALA Classic a été remanié et offre de nouveaux atouts dans le domaine des prestations»**

constante des services proposés en cas de prestation. Le contact régulier avec les clients contribue à accroître la qualité du service dans le règlement des sinistres. Aussi GENERALI a-t-elle élargi l'offre de services «GENERALI Care Management» dans le domaine des assurances collectives de personnes. Ce produit offre à sa clientèle entre-

prises un large éventail de prestations dans le cadre de la gestion des absences, de la promotion de la santé et de la réinsertion professionnelle. La collaboration de GENERALI avec des partenaires externes de renom lui permet de proposer à ses clients actuels et futurs des solutions complètes et éprouvées. Côté produits, GENERALI a procédé, en assurance véhicules à moteur, à une optimisation des prix pour ses fidèles clients grâce à des bases de calcul des primes encore mieux adaptées aux risques. Elle a également développé des variantes de produits pour ses clients respectueux de l'environnement et introduit de nouveaux tarifs pour les conducteurs de véhicules à moteur, y compris ceux de véhicules utilitaires.

Ces activités témoignent de l'engagement important de GENERALI pour répondre aux besoins d'assurance de ses clients du segment grand public. Après plus de deux

ans d'efforts intenses, l'identité visuelle, articulée autour du slogan «Simplement GENERALI», associé à divers pictogrammes, jeux de mots et concours destinés à produire un effet de surprise, s'est désormais bien établie et a permis d'atteindre un degré élevé de reconnaissance. Un sentiment de proximité est ainsi instauré avec nos clients et GENERALI se positionne comme un partenaire de confiance sympathique. La notoriété de GENERALI est par ailleurs renforcée par ses activités de sponsoring, en particulier dans le cadre de manifestations sportives suisses grand public en tennis, hockey sur glace et football.

## Stratégie

### Stratégie du Groupe GENERALI international

Le cadre stratégique défini par la maison mère a pour objectif central de faire de GENERALI un groupe d'assurances actif à l'échelon international et leader en termes de création de valeur, que ce soit par des innovations permettant d'améliorer les résultats techniques d'assurance et la qualité des services, par des augmentations du volume des primes supérieures à la moyenne sur les marchés de croissance, en particulier en Asie et en Europe de l'Est, ou encore par l'exploitation ciblée de synergies internes au Groupe. La capacité financière de l'ensemble du Groupe ainsi que son infrastructure d'innovation nouvellement créée à l'échelle du Groupe confèrent à GENERALI la base requise pour mettre en œuvre les objectifs stratégiques fixés.

### Stratégie du Groupe GENERALI Suisse

La stratégie du Groupe GENERALI Suisse s'inscrit dans les visées de la maison mère évoquées ci-avant. Il en découle les orientations principales suivantes: la stratégie produits est axée sur les besoins d'assurances des ménages privés, des commerçants et des PME, ainsi que

**«L'ensemble de nos activités stratégiques repose sur notre vision: être l'assureur le plus recommandé par les clients et partenaires de vente de GENERALI»**

sur les besoins des grandes entreprises et groupes multinationaux, à l'aide de produits spécifiques dans le domaine des assurances collectives de personnes et de flottes. La stratégie de produits peut être présentée comme suit:

Vie	Non-vie
Produits d'épargne, liés à des fonds et conventionnels	Assurances véhicules à moteur
Assurances de risque	Assurances choses, patrimoine et protection juridique pour la clientèle grand public
Produits 50Plus	Assurances collectives maladie et accidents
	Autres assurances d'entreprise



Le Groupe GENERALI Suisse applique depuis plusieurs années une stratégie de vente multicanaux. Ainsi, tant dans le domaine vie que non-vie, les affaires nouvelles sont largement soutenues par les canaux de vente les plus divers: service externe propre à la Compagnie, canal bancaire interne au Groupe grâce à la banque BSI, grandes organisations de vente (organisations de vente structurée), courtiers, ainsi que différentes formes de vente directe. Ces canaux disposent tous des mêmes droits et se distinguent par des spécificités propres. L'art d'utiliser chaque canal à bon escient, mais aussi de promouvoir la transparence et l'interaction entre les différents canaux, voilà ce qui fait notre réussite et garantit le maintien d'une production élevée.

Le Groupe GENERALI Suisse souhaite profiter de la forte assise traditionnellement à son actif en assurances-vie liées à des fonds ainsi que de son entrée dans le marché des produits d'épargne conventionnels pour accéder au rang de leader sur l'ensemble du marché suisse des assurances-vie individuelles, ambition qu'il a réalisée au cours des derniers mois en accédant à la première place sur le marché suisse de la prévoyance privée. Parallèlement, sa position sur le marché non-vie doit être renforcée, en particulier grâce à des ventes croisées ciblées,

ainsi que par la dynamisation de la croissance des affaires nouvelles dans le segment PME.

L'optimisation permanente et l'évaluation de la qualité des processus clés sont deux des constantes de notre Compagnie. Elles ont pour fondement la culture des processus développée au sein du Groupe GENERALI Suisse, que nous continuons à promouvoir.

«Simplement GENERALI»: ces deux termes qui font notre slogan suffisent à décrire l'essence même de la présence sur le marché du Groupe GENERALI Suisse. Ces deux mots ont en même temps valeur de credo en ce qui concerne la qualité des prestations à fournir et la manière de communiquer. Nous épargnons à nos clients les aspects complexes de l'assurance et leur proposons des solutions simples et compréhensibles. De ces principes résultent également l'exigence d'une formation approfondie des collaborateurs, le développement de nouvelles prestations de services en cas de sinistres ainsi que le maintien du contact avec la clientèle pour répondre de manière optimale à ses besoins.

Toutes les activités stratégiques décrites reposent sur notre vision: être l'assureur le plus recommandé par les clients et partenaires de vente de GENERALI.

#### Stratégie des canaux de vente



## Projets

Au cours de l'exercice 2010, divers projets importants ont pu être menés à bien, poursuivis ou mis en place. Ils visent tous la réalisation des objectifs stratégiques et, par ce biais, le renforcement de la présence de GENERALI sur le marché:

- Le projet «Génération tarifaire 2011» a occupé le devant de la scène dans le secteur vie. Il consistait à adapter des produits existants de la palette GENERALI aux nouvelles conditions du marché des capitaux et aux exigences réglementaires actuelles. La nouvelle génération tarifaire 2011 apporte divers avantages aux clients. GENERALI est désormais mieux à même d'offrir des solutions taillées sur mesure adaptées aux besoins et profils de risque de chacun.
- Dans le domaine non-vie, les activités visant à remplacer les systèmes informatiques actuels par un nouveau système plus performant avancent conformément à la planification. Ce programme ambitieux baptisé EUREKA a pour objectif de gérer toutes les données de clients dans un seul et même système, ce qui simplifiera grandement les déroulements et processus.
- Un système de gestion des feedback a été instauré afin de répondre de manière optimale aux souhaits des clients. Outre des standards de qualité élevés et des processus uniformes, ce système vise à enregistrer et évaluer systématiquement les demandes des clients afin d'en tenir compte encore davantage lors du développement de nos produits et services. La possibilité d'annoncer des sinistres en ligne via Internet est dans le même esprit.
- Le soutien offert à nos partenaires de vente est sans cesse amélioré. Un système central de gestion des ventes et d'information, tel qu'il existe déjà pour les assurances-vie, sera prochainement introduit dans le domaine non-vie. Il garantira de nouvelles formes d'échanges d'informations en toute transparence pour les besoins de la vente.
- En outre, le Groupe GENERALI Suisse est impliqué dans différents projets du Groupe GENERALI international. Les priorités concernent la promotion du processus d'innovation à l'échelle du Groupe ainsi que l'optimisation de l'organisation et des processus en vue d'accroître l'efficacité des processus et d'améliorer la qualité des services.

## «Etonnamment simple»

**Roger Heimgartner**

Assurance véhicules à moteur FORMULA



## Perspectives

En 2011, le Groupe GENERALI Suisse continuera sa progression sur la voie de la croissance et confirmera les résultats positifs des années antérieures. Les éléments suivants y contribueront sur les plans opérationnel et financier:

- Grâce à ses produits et prestations complémentaires, GENERALI est bien positionnée sur le marché suisse, tant dans le secteur vie que dans celui des assurances non-vie. L'appui des multiples canaux de vente permettra de maintenir les affaires nouvelles à un niveau élevé par rapport au marché.
- Dans le domaine vie, l'orientation de la stratégie de produits sur les produits d'épargne liés à des fonds et conventionnels, ainsi que les besoins du segment de clientèle 50Plus, constituent la base d'une croissance durable des primes. En outre, de nouvelles perspectives de croissance s'ouvrent dans le secteur entreprises grâce aux solutions de prévoyance collective, qui viennent compléter la palette de produits actuelle.
- Les innovations de produits et la croissance du Groupe concerneront principalement les affaires grand public. Le secteur vie collective dans le cadre de la prévoyance professionnelle, influencé par la politique et fortement réglementé, est désormais dépourvu d'importance pour GENERALI, ce qui apporte un allègement notable.

- Le Groupe GENERALI Suisse profite du savoir-faire et des potentiels de synergie qui existent au sein du Groupe GENERALI dans son ensemble. Les échanges suivent une procédure standardisée, sous la conduite de la maison mère, en par-

### **«L'appui des multiples canaux de vente permettra de maintenir les affaires nouvelles à un niveau élevé par rapport au marché»**

ticulier dans les domaines de la gestion des actifs, de la tarification, du règlement des sinistres, de la gestion des risques, de l'informatique et de l'optimisation des processus. Parallèlement, l'opportunité d'une collaboration étroite avec des sociétés affiliées est également mise à profit, que ce soit en Suisse, pour les produits bancaires GENERA et la collaboration avec la banque BSI, ou entre sociétés de différents pays, par exemple avec l'Allemagne pour une collaboration à un important projet informatique.

- L'évolution des frais administratifs sera également, à l'avenir, l'objet d'une attention particulière. Les mesures d'amélioration passeront en particulier par le regroupement progressif des différents systèmes informatiques à l'échelon du Groupe ainsi que par des adaptations ciblées dans les processus commerciaux.

D'une manière générale, la situation sur les marchés des capitaux s'est améliorée ces derniers mois. Toutefois, les problèmes latents tels que l'endettement élevé de nombreux Etats, la situation difficile de nombreuses banques européennes, les tendances inflationnistes dans les pays émergents en développement ou encore les récents événements au Proche-Orient avec leurs répercussions sur le prix du pétrole ont

pour conséquence que la confiance ou, au contraire, le sentiment de crainte des acteurs du marché face à l'avenir évoluent très rapidement. Malgré cet environnement difficile, nous sommes convaincus que GENERALI peut envisager l'avenir avec confiance:

- GENERALI définit ses placements de capitaux en fonction des provisions techniques d'assurance, tout en veillant à une diversification optimale.
- La part d'actions est maintenue à un niveau considéré comme judicieux selon des analyses à grande échelle effectuées dans le domaine de la gestion des actifs et des passifs. Le capital-risque disponible et la capacité de risque constituent la base des décisions de placement correspondantes.
- Par rapport à l'ensemble des placements de capitaux dans le secteur des assurances-vie, la part des placements pour les assurances-vie liées à des fonds atteint près de 50%. Ces placements sont détenus au nom des clients et axés sur les engagements actuariels à travers une politique de placement à long terme.

## Chronique du Groupe GENERALI Suisse

### 1887

Fondation à Genève de l'Union Suisse spécialisée dans les assurances bris de glaces.

### 1938

Fondation, par la maison d'édition Tages-Anzeiger-Verlag, de FORTUNA Compagnie d'Assurances sur la vie.

### 1950

Remise à Familia-Vie de la concession fédérale en tant qu'assureur-vie.

### 1959

Fondation de Secura Compagnie d'Assurances par Gottlieb Duttweiler.

### 1985

Entrée à la Bourse zurichoise de FORTUNA. Participation de 20% de l'Union Suisse à Familia-Vie de Saint-Gall.

### 1987

Le groupe italien GENERALI devient principal actionnaire de l'Union Suisse.

### 1988

Restructuration de FORTUNA et transformation en une société holding.

### 1989

Fondation de FORTUNA Investment SA.

### 1991

Acquisition par l'Union Suisse de la majorité des actions de Familia-Vie.

### 1994

Acquisition par le groupe italien GENERALI de la majorité des actions détenues par TA-Media SA dans FORTUNA Holding.

### 1996

FORTUNA Holding est rebaptisée GENERALI (Suisse) Holding SA. Grâce à la création d'une action nominative unique d'une valeur nominale de CHF 50.-, l'action nominative de GENERALI (Suisse) Holding SA est négociée pour la première fois en Bourse.

### 1997

Début des activités de FORTUNA Assurances sur la vie SA Vaduz.

### 1999

L'Union Suisse est rebaptisée GENERALI Assurances Générales. Reprise de Secura Assurances par GENERALI (Suisse) Holding SA des mains de la Fédération des Coopératives Migros. Fusion de GENERALI Assurances Générales avec Secura Générale et de FORTUNA Compagnie d'Assurances sur la vie avec Secura Vie. Fondation de FORTUNA Investment SA Vaduz.

**2000**

Les compagnies GENERALI Assurances de personnes, Saint-Gall, et FORTUNA Compagnie d'Assurances sur la vie fusionnent pour former la nouvelle compagnie GENERALI Assurances de personnes, dont le siège social se trouve à Adliswil.

**2001**

GENERALI cesse les ventes actives dans les affaires vie collective en raison de conditions cadres légales défavorables qui empêchent une gestion profitable de la branche.

**2004**

Martin Zellweger démissionne pour raison d'âge de sa fonction de Délégué du Conseil d'administration de GENERALI (Suisse) Holding SA et transmet la responsabilité de la direction à Alfred Leu.

**2006**

Assicurazioni GENERALI S.p.A. soumet aux actionnaires minoritaires de GENERALI (Suisse) Holding SA une offre publique d'acquisition pour l'ensemble des actions nominatives détenues par le public. A la suite de cette offre, l'action est retirée de la cotation à la SWX Swiss Exchange (aujourd'hui: SIX Swiss Exchange). Depuis le troisième trimestre de l'exercice, le Groupe GENERALI Suisse est entièrement intégré au Groupe GENERALI opérant à l'échelle mondiale.

**2007**

GENERALI Assurances Générales SA transfère son siège social de Genève à Nyon et réunit ainsi les unités jusque-là dispersées pour des raisons de place entre Genève et Lausanne.

**2008**

GENERALI parvient à maintenir son positionnement au cours d'un exercice tumultueux. La crise globale sur les marchés financiers influence largement les conditions cadres dans les affaires d'assurances. GENERALI enregistre cependant une croissance ininterrompue en termes de nouveaux clients.

**2009**

GENERALI acquiert de nouvelles parts du marché dans ses activités de base. Grâce à la palette de produits GENERA, fruit d'une collaboration étroite avec la banque BSI, GENERALI peut désormais proposer à ses clients un large choix de produits bancaires qui vient compléter l'offre existante de produits d'assurance.

**2010**

Malgré un contexte économique tendu, GENERALI poursuit une croissance réjouissante dans les affaires de base. En assurance-vie individuelle, elle parvient même à détrôner l'ancien leader du marché suisse et devient donc numéro un.

Une version détaillée de l'historique de notre Compagnie est disponible sur Internet à l'adresse [www.generalich.ch](http://www.generalich.ch) → A propos de nous → Chronique.

## GENERALI dans le monde

pagnies d'assurances et sociétés financières, immobilières et agricoles.

Les objectifs définis dans le cadre du plan stratégique actuel ont suscité une série d'initiatives visant à augmenter le volume d'affaires et la rentabilité du Groupe GENERALI,

### Situation actuelle

Avec plus de 85 000 collaborateurs et 70 millions de clients, GENERALI compte parmi les vingt plus grands groupes d'assurances du monde. En Europe, elle se positionne au premier rang dans les affaires vie et occupe la deuxième place en assurance de dommages, après Allianz. Au regard de sa capitalisation boursière de EUR 22,1 milliards, GENERALI forme, en 2010, le troisième plus grand groupe d'assurances européen, derrière AXA et Allianz. Durant l'exercice 2010, le Groupe GENERALI a vu son volume de primes consolidé progresser de 3,8% par rapport à l'année précédente, totalisant EUR 73,2 milliards, dont 69,8% en assurance-vie et 30,2% en assurance non-vie. Actuellement, le Groupe exerce ses activités dans plus de 68 pays par l'intermédiaire de nombreuses com-

**«En Chine, GENERALI prend la deuxième place parmi les assureurs étrangers. A ce jour, la marche des affaires sur ces marchés asiatiques exigeants s'avère très réjouissante»**

afin de le positionner comme chef de file des assureurs en termes de résultats durables et de création de valeur au profit des actionnaires, des clients et des collaborateurs. Citons à cet égard la conquête de nouveaux marchés, l'exploitation de potentiels d'innovation et de synergie au sein du Groupe et l'amélioration permanente des processus commerciaux dans une optique de qualité du service. GENERALI s'emploie également à optimiser les investissements de capitaux grâce à des mécanismes perfectionnés de contrôle et de surveillance des acti-





## «Etre compris»

**Adelaide Martinet**  
Assurance véhicules à moteur FORMULA

vités de placement sur les marchés financiers internationaux.

### **Origines**

C'est en 1831 qu'ont été fondées, à Trieste, les Assicurazioni GENERALI Austro-Italiche. Trieste jouait alors un rôle prépondérant entre le monde occidental et l'Empire ottoman. Aussi, les différentes compagnies d'assurances établies dans la ville concentrèrent-elles leurs activités sur les assurances de transport. Les Assicurazioni GENERALI Austro-Italiche, en revanche, décidèrent d'exploiter toutes les branches d'assurance, d'où le nom «GENERALI», évocateur de cette visée. Dès sa fondation, GENERALI n'a cessé de s'agrandir et s'est donné pour objectif de consolider toujours plus sa position sur le marché international.

### **Acquisitions**

En 1997, le Groupe GENERALI a acquis, en Israël, le groupe Migdal. En 1998, il a pris le contrôle, en Allemagne, de l'Aachener und Münchener Beteiligungs-AG (AMB) et, en France, de l'intégralité du capital du groupe GPA et Proxima. En Argentine, grâce à une participation majoritaire à la Caja de Ahorro y Seguro, GENERALI est devenue leader du marché. En 1999, GENERALI a repris, en Suisse, Secura Assurances de Migros, tandis qu'en Italie, GENERALI et INA se sont entendues pour regrouper leurs affaires. Dans le secteur des placements, la présence du Groupe GENERALI est renforcée depuis 1997 par la Banca GENERALI, ainsi que par l'acquisition de BSI SA en 1998 et de la Banca del Gottardo en 2007, laquelle a été intégrée à la BSI. En 2007 également, GENERALI a conclu un partenariat avec le groupe PPF, auquel appartient la société Česká pojišťovna, leader sur le marché tchèque de l'assurance-vie et non-vie, donnant ainsi naissance à la plus grande compagnie d'assu-

rances d'Europe centrale et orientale. Dans l'Est de l'Europe, les activités de GENERALI s'étendent à la Bulgarie, la Croatie, la Hongrie, la Pologne, la Roumanie, la Slovaquie, la Slovénie, la Serbie et l'Ukraine. GENERALI est également présente sur le marché de l'assurance en Amérique latine. Forte des activités qu'elle mène sur le marché brésilien depuis 1925, ainsi que de ses activités en Argentine, GENERALI a peu à peu élargi sa zone d'influence grâce à un certain nombre d'acquisitions ciblées et opère désormais aussi au Mexique, au Panama, au Guatemala, en Equateur et en Colombie.

### **Conquête de nouveaux marchés**

En Extrême-Orient, un partenariat stratégique a été conclu avec le groupe Kuok, important conglomérat financier, immobilier et industriel, avec, en premier lieu, la fondation de deux compagnies d'assurances aux Philippines. En 2002, GENERALI a obtenu le feu vert en Chine pour la création d'une joint venture dans l'assurance-vie avec China National Petroleum Co. (CNPC). Jusqu'en 2008, GENERALI China Life a ouvert de nombreuses succursales dans des métropoles chinoises. Dans le domaine non-vie, GENERALI China Insurance Company a obtenu en décembre 2007 l'agrément pour fonder une succursale. GENERALI prend ainsi la deuxième place en Chine parmi les assureurs étrangers. En 2007, GENERALI a reçu l'autorisation d'exploiter les domaines vie et non-vie en Inde tandis que les années 2009/2010 ont marqué son entrée sur le marché vietnamien avec l'obtention d'une licence autorisant l'exploitation d'une compagnie d'assurance-vie. A ce jour, la marche des affaires sur ces marchés exigeants s'avère très réjouissante.

## Gouvernement d'entreprise

### Principes du Groupe

#### GENERALI Suisse

La politique d'entreprise du Groupe GENERALI Suisse est basée sur les principes suivants (extraits des «Principes du Groupe GENERALI Suisse», mi-février 2010):

- Toutes les sociétés appartenant au Groupe GENERALI, sis à Trieste et actif dans le monde entier, ont à remplir la mission suivante: «*Nous voulons être un assureur leader dans la création de valeur*». A partir de cette mission, le Groupe GENERALI Suisse s'est assigné la vision suivante: «*Nous voulons être l'assureur le plus recommandé*». Afin d'atteindre les objectifs inhérents à cette mission et à cette vision, il importe de couvrir les besoins de trois groupes cibles majeurs: les clients, les partenaires de vente et les collaborateurs. Afin que notre avenir soit assuré, aucun de ces groupes ne doit être privilégié ou désavantagé au profit ou au détriment d'un autre sur une longue période.
- Nous appliquons à l'égard de nos clients, partenaires de vente et collaborateurs ainsi que de notre ac-

tionnaire principal et du grand public une politique commerciale dynamique, juste, novatrice et ouverte. Nous aspirons à une croissance et un développement continu du Groupe, non pas à tout prix, mais dans le respect des objectifs d'optimisation des bénéfices et de préservation d'une activité d'assurance équilibrée. A cet égard, le Groupe GENERALI Suisse est conscient de sa responsabilité sociale et écologique en vue d'une activité commerciale durable.

- En tant que membre du Groupe GENERALI actif à l'échelle mondiale, nous nous laissons guider par les principes du Code d'éthique valable pour le Groupe GENERALI dans son ensemble. Nous adoptons une attitude d'ouverture au sein du

Groupe actif à l'échelle internationale: d'une part, nous exploitons toutes les possibilités que nous offre cette appartenance; d'autre part, nous apportons nos points forts au Groupe de manière ciblée.

**«Les informations et les formations destinées aux collaborateurs afin de leur rappeler en permanence l'importance de la conformité au sein de l'entreprise favorisent l'engagement concret de chacun dans ce domaine»**

- Nous proposons des solutions novatrices et exclusives dans le domaine des assurances-vie et des assurances de dommages ainsi que des produits financiers et des produits de placement; en outre, nous proposons des prestations de services complémentaires à l'assurance. Nous identifions rapidement les nouvelles opportunités qu'offre le marché. Nous les exploitons avec cohérence en créant des produits appropriés et en les commercialisant par le biais des canaux les mieux adaptés.

- Notre action est entièrement organisée autour des besoins du client. Nous lui proposons des solutions globales qui répondent à ses préoccupations et mettons en place avec lui un réel partenariat. Les collaborateurs chargés de la vente (les nôtres et les tiers) sont nos principaux interlocuteurs. Ils sont en contact avec nos clients actuels et nos clients potentiels. Leur apparence, leur comportement et leurs compétences professionnelles sont décisifs pour la réussite de nos opérations de marketing. Nous les traitons donc comme nos meilleurs clients.

- Notre direction et notre organisation à l'échelle du Groupe sont conçues pour instaurer les meilleures conditions possibles afin d'assurer la réussite du Groupe, avec l'appui de collaborateurs motivés.

- Par leur comportement, leur apparence et leurs compétences professionnelles, nos collaborateurs sont les garants de notre réussite. Ils sont les ambassadeurs de notre Groupe. Nous souhaitons promouvoir et préserver ce capital important pour le Groupe.

Les Principes du Groupe GENERALI Suisse, le Code d'éthique d'Assicurazioni GENERALI S.p.A., les Statuts de GENERALI (Suisse) Holding SA de même que le rapport de gestion intégral sont disponibles sur Internet [www.generalich.ch](http://www.generalich.ch) → A propos de nous → Sociétés → GENERALI Holding.

### **Structure du Groupe**

GENERALI (Suisse) Holding SA, dont le siège se trouve à Adliswil (Zurich), est l'organisme faîtier de toutes les activités opérationnelles du Groupe GENERALI Suisse. La structure du Groupe est présentée à la page 11 du présent rapport de gestion. D'autres informations actuelles concernant le Groupe et les diverses sociétés sont fournies dans le portrait du Groupe sur notre site Internet [www.generalich.ch](http://www.generalich.ch) → A propos de nous → Sociétés.

### **Capital-actions et actionnariat**

Le capital-actions de la Société s'élève à CHF 3053500.– et se répartit en 6107 actions nominatives entièrement libérées d'une valeur nominale de CHF 500.– chacune. Suite au programme de rachat des actions, achevé en 2006, ce capital-actions est en possession à 100,0% (directement ou indirectement) de Assicurazioni GENERALI S.p.A., Trieste.

Le Groupe GENERALI Suisse est entièrement intégré au Groupe GENERALI. En tant que société cotée en Bourse ainsi que groupe d'assurances mondial, la société mère du Groupe est soumise aux directives correspondantes relatives au gouvernement d'entreprise. En vertu de ces principes, elle exerce également les contrôles nécessaires en matière de conduite d'entreprise ainsi que la surveillance des activités et résultats en Suisse.

## «Prendre la vie comme elle est»

**Vera Gerzner**  
Assurance ménage PRISMA Flex



## Conseil d'administration

### Membres du Conseil d'administration (état au 1<sup>er</sup> janvier 2011)

	Fonction	Au Conseil d'administration depuis	Membre exécutif
Martin Zellweger, avocat, Thalwil/Suisse	Président	1987	Non
Dott. Sergio Balbinot, Trieste/Italie	Vice-président	1995	Non
Alfred Leu, avocat, Coppet/Suisse	Délégué	2004	Oui
Dott. Francesco Bosatra, Trieste/Italie	Membre	2006	Non

La durée du mandat des membres du Conseil d'administration est d'une année.

### Changements au Conseil d'administration pendant la période sous revue

Aucun changement.

### Comités du Conseil d'administration

#### *Comité de rémunération*

Le Comité de rémunération est formé d'un représentant de l'actionnaire majoritaire et d'un représentant des autres membres du Conseil d'administration. Ce comité fixe la rémunération du délégué du Conseil d'administration et de la direction de la révision interne.

au sein de l'entreprise. Un de ces membres au moins doit être un représentant de Assicurazioni GENERALI S.p.A. Le Comité de contrôle siège aussi souvent que l'exigent les affaires, mais au minimum deux fois par an. Il rend compte de son activité à l'ensemble du Conseil d'administration.

#### *Comité de contrôle*

Le Comité de contrôle se compose au minimum de deux membres du Conseil d'administration qui n'assument aucune tâche opérationnelle



**Comité de Direction**

	Membre du Comité de Direction	Année de naissance	Actif dans le Groupe depuis	Fonction/domaine d'affaires
1	Alfred Leu, avocat	1958	1987	CEO, Président du Comité de Direction
2	Peter Herzog	1956	1976	Vente/Marketing/Service clientèle
3	Vincent Brulhart, Prof. D <sup>r</sup> iur.	1962	1990	Prestations
4	Roman Clavadetscher, avocat, lic. iur.	1963	1991	Produits et Actuariat Non-vie
5	Bernhard Locher, D <sup>r</sup> phil. II, dipl. math.	1957	2009	Produits et Actuariat Vie
6	Karl Schönenberger, D <sup>r</sup> ès sc. éc. HSG	1953	1988	Placements de capitaux
7	Joseph Rumasuglia*	1955	1992	Finances*
8	Elmar Locher, lic. ès sc. éc. HSG	1946	1986	Informatique
9	Hermann Blaser, ing. ETS	1946	1986	Logistique
10	Jean-Pierre Schmid, avocat	1963	1995	Ressources humaines
	* (11 à partir du 1 <sup>er</sup> janvier 2011: Alessio Sarti)	1968	2007	Finances)

**Autres activités et liens à des groupes d'intérêts**

Affiliation à l'Association Suisse d'Assurances (ASA):

- Alfred Leu: Comité de l'ASA
- Roman Clavadetscher: Comité Assurance dommages
- Bernhard Locher: Comité Vie

Affiliation à la Fondation Ombudsman de l'assurance privée et de la Suva:

- Alfred Leu, membre du Conseil de fondation

## Gestion des risques (GR)

### Principe

GENERALI (Suisse) Holding SA et ses filiales ont mis en place un système de gestion des risques fondé sur des méthodes et processus qui permettent d'identifier, de documenter, d'évaluer et de surveiller les principaux risques. Il s'agit essentiellement de risques qui mettent en péril la solvabilité des sociétés d'assurances du Groupe GENERALI Suisse ou qui peuvent constituer une entrave à la réalisation des objectifs de l'entreprise. Le processus de gestion des risques vise à maintenir les risques identifiés en dessous d'un seuil de tolérance donné,

à garantir une répartition optimale du capital et une performance pondérée en fonction des risques. Le mode de gestion des risques de notre Groupe est basé sur la politique de risque définie par notre société mère, sur les exigences du test suisse de solvabilité (SST) ainsi que sur la future réglementation européenne dans le cadre de Solvabilité II. Notre approche repose sur les trois principaux piliers suivants:

- un processus de mesure des risques afin d'évaluer la solvabilité des entreprises d'assurance;

### Catégories de risques

Le système de gestion des risques du Groupe GENERALI Suisse distingue les catégories de risques suivantes:

Risques de placement	Risques d'assurance	Risques opérationnels	Risques de réputation	Risques stratégiques
Notamment dans les domaines suivants: <ul style="list-style-type: none"> <li>• marché financier</li> <li>• risques de crédit</li> <li>• risques de concentration et de liquidité</li> <li>• risques de change</li> </ul>	Notamment dans les domaines suivants: <ul style="list-style-type: none"> <li>• souscription conforme aux risques en vie et non-vie</li> <li>• règlement des sinistres</li> <li>• constitution de réserves</li> <li>• réassurance</li> </ul>	Notamment dans les domaines suivants: <ul style="list-style-type: none"> <li>• escroquerie interne et externe</li> <li>• politique du personnel</li> <li>• clients et produits</li> <li>• dommages aux actifs immobilisés (p. ex. à la suite d'une catastrophe naturelle)</li> <li>• procédés et exécution des processus</li> <li>• informatique et son développement</li> <li>• conformité et aspects juridiques</li> </ul>	Notamment dans les domaines suivants: <ul style="list-style-type: none"> <li>• atteinte à l'image</li> <li>• communication</li> <li>• presse et médias</li> <li>• risques mettant en jeu la réputation de tiers (p. ex. partenaires contractuels)</li> </ul>	Notamment dans les domaines suivants: <ul style="list-style-type: none"> <li>• société/consommateurs</li> <li>• tendances économiques/du marché</li> <li>• technologie</li> <li>• politique</li> </ul>

- un processus de gouvernance des risques afin de fixer et de surveiller les décisions de management en rapport avec les risques pertinents;
- une culture de gestion des risques visant à renforcer la conscience du risque auprès de toutes les personnes impliquées et à adopter une politique de création de valeur pondérée en fonction des risques.

#### **Organisation**

Le Conseil d'administration de GENERALI (Suisse) Holding SA assume la responsabilité suprême du bon fonctionnement du système de gestion des risques au sein du Groupe GENERALI Suisse. Dans le cadre de cette mission, le Conseil d'administration est soutenu par le Comité de contrôle. Le Comité de Direction du Groupe GENERALI Suisse est responsable de la mise en œuvre et de la surveillance de la stratégie et des processus de gestion des risques dans tous les domaines d'affaires et à tous les niveaux conformément aux directives du Conseil d'administration. Le Comité de Direction est assisté

dans le cadre de cette activité par un comité institutionnalisé chargé de la gestion des risques, au sein duquel sont représentées les principales entités assumant les risques, ainsi que par le domaine Enterprise Risk Management (ERM).

#### **Droit et conformité**

##### **Organisation**

Le domaine de responsabilité Legal & Compliance à l'échelon du Groupe ainsi que divers organes spécialisés intégrés dans la hiérarchie ont pour fonction de contrôler et d'améliorer en permanence les structures et processus relatifs aux activités de conformité des sociétés du Groupe GENERALI Suisse. Ce dispositif vise à soutenir encore davantage le Conseil d'administration et le Comité de Direction dans l'accomplissement des tâches qui leur sont confiées. Les informations et les formations destinées aux collabora-

#### **Domaines d'activité en matière de conformité**

Les activités liées à la conformité au sein du Groupe GENERALI Suisse englobent les domaines suivants:

<b>Surveillance</b>	<b>Cartels/droit de la concurrence</b>	<b>Blanchiment d'argent</b>	<b>Protection des données</b>
<b>Egalité de traitement</b>	<b>Opérations d'initiés</b>	<b>Corruption/fraude</b>	<b>Directives internes</b>

teurs afin de leur rappeler en permanence l'importance de la conformité au sein de l'entreprise font partie des priorités de GENERALI. Elles contribuent à dépasser le cadre des directives et manuels et à promouvoir un engagement concret de tous à l'égard du thème de la conformité.

### **Organe de révision**

#### **Mandat**

Ernst & Young SA, Zurich, est l'organe de révision de GENERALI (Suisse) Holding SA depuis avril 2010. La direction du mandat est assumée par M. Rolf Bächler. L'organe de révision est élu par l'Assemblée générale pour une durée d'un an (art. 19 des Statuts de la Société).

#### **Instruments de surveillance et de contrôle**

Le Comité de contrôle du Conseil d'administration a pour tâche de surveiller et d'évaluer les activités de la révision externe. Il prend notamment position sur le rapport explicatif annuel de la révision externe. Le responsable du mandat de révision externe participe aux séances du Comité de contrôle et explique les résultats du rapport d'audit.

### **Politique de l'information**

Des informations sur la marche des affaires du Groupe GENERALI Suisse sont publiées sur notre site Internet [www.generalich.ch](http://www.generalich.ch), dans les communiqués de presse et le rapport de gestion.

Le site [www.generalich.com](http://www.generalich.com) offre en outre des informations sur le Groupe GENERALI à travers le monde.

#### **Adresse de contact**

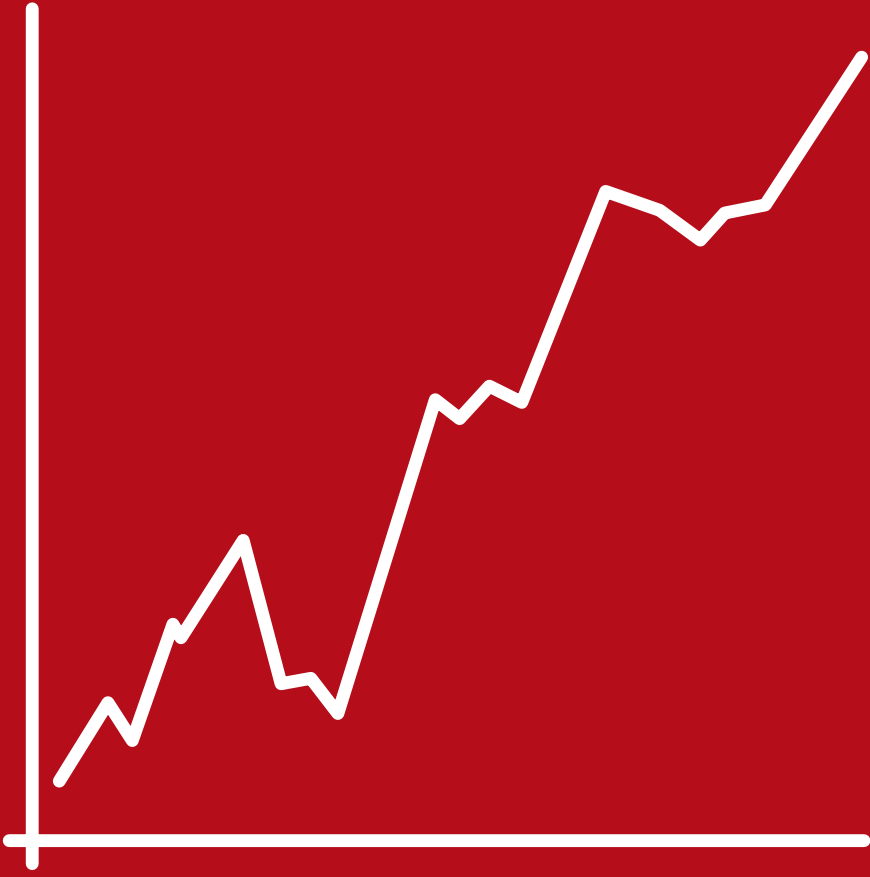
GENERALI (Suisse) Holding SA  
Soodmattenstrasse 10  
8134 Adliswil 1

Téléphone 058 472 40 40  
Fax 058 472 44 25  
E-mail [info@generalich.ch](mailto:info@generalich.ch)



## «Penser à l'avenir»

**Adis Husejinovic**  
Assurance-vie liée à des fonds PERFORMA Plus



## Rapport financier

Rapport financier	69
Introduction	70
Principes d'évaluation	70
Bilan	72
Compte de résultat	74

## Introduction

Font partie du Groupe GENERALI Suisse les sociétés nommées à la page 11 du présent rapport de gestion.

Le Groupe GENERALI Suisse est entièrement intégré au groupe international sous la conduite d'Assicurazioni GENERALI S.p.A., Trieste.

Les sociétés du Groupe GENERALI Suisse sont intégrées dans les états financiers consolidés d'Assicurazioni GENERALI S.p.A. et sont par conséquent libérées de l'obligation de consolidation en Suisse.

Le rapport de gestion d'Assicurazioni GENERALI S.p.A. peut être consulté au siège social de GENERALI (Suisse) Holding SA, Soodmattenstrasse 10, 8143 Adliswil ou téléchargé sur [www.generalisuisse.com](http://www.generalisuisse.com).

Le présent rapport de gestion présente un extrait du rapport financier selon les normes IFRS destiné à notre maison mère. Le rapport IFRS se fonde sur les directives et instructions définies par Assicurazioni GENERALI S.p.A.

## Principes d'évaluation

### Placements

Les immeubles de rapport sont inscrits au bilan à une valeur d'acquisition modifiée. Les fluctuations de valeur qui se situent en dessous de la valeur d'acquisition sont comptabilisées en résultat.

Les participations sont évaluées à la valeur d'acquisition ou à une valeur de marché inférieure.

Les prêts sont évalués à la valeur nominale. En cas de risque d'insolvabilité, ils sont amortis en résultat.

Les *placements financiers* sont conformes aux catégories IFRS suivantes:

- Placements financiers à la juste valeur par le biais du compte de résultat (fair value through profit or loss)
- Placements financiers disponibles à la vente (available for sale, AfS)

Les placements financiers à la juste valeur par le biais du compte de résultat se composent des placements de capitaux pour l'assurance-vie liée à des fonds ainsi que d'instruments dérivés. Les fluctuations de valeur résultant de l'évaluation à la juste valeur sont directement comptabilisées dans le compte de résultat.

Les placements financiers disponibles à la vente (AfS) sont évalués à la juste valeur. Les fluctuations de



valeur sont évaluées sur la base des capitaux propres en tenant compte d'une valeur de 50,0% DPL (deferred policyholder liabilities). DPL représente la part des assurés aux réserves issues des bénéfices non réalisés dans les capitaux propres. DPL est inclus dans les provisions techniques.

#### **Dépréciation de placements financiers**

Les valeurs comptables de placements financiers qui ne sont pas comptabilisés en résultat à la juste valeur sont régulièrement surveillées en vue d'un éventuel besoin de correction de valeur. Une distinction est établie entre les placements monétaires (avec date d'échéance; obligations) et les placements non monétaires (sans date d'échéance; actions et parts de fonds de placement). Pour les placements monétaires, la dépréciation comptabilisée en résultat est annulée si la diminution de valeur disparaît. Pour les placements non monétaires, chaque nouvelle perte de valeur intervenant après la première dépréciation est décomptabilisée par le biais du compte de résultat. La dépréciation n'est pas annulée, même si la diminution de valeur disparaît. Les augmentations de valeur doivent être comptabilisées dans les capitaux propres jusqu'à la vente.

#### **Autres actifs**

Les immeubles occupés par le propriétaire sont inscrits à l'actif à la valeur d'acquisition et sont amortis sur 70 ans.

Les coûts d'acquisition sont inscrits à l'actif selon le montant de la déduction sur la valeur de rachat et sont amortis sur la durée du contrat.

#### **Passifs financiers comptabilisés au coût amorti**

La différence entre la valeur d'acquisition et la valeur de remboursement est comptabilisée en résultat dans les frais financiers pendant la durée du contrat selon la méthode d'amortissement «amortised cost method» en application de la méthode du taux d'intérêt effectif.

#### **Passifs financiers comptabilisés à la juste valeur (contrats d'investissement)**

Les contrats d'assurance épargne qui ne contiennent aucun risque d'assurance significatif ne sont pas considérés comme des opérations d'assurance selon les normes IFRS et sont par conséquent portés au bilan comme des produits bancaires selon IAS 39, c'est-à-dire que la prime est divisée en une part d'épargne et une part de frais. La part d'épargne est directement inscrite comme passif financier et n'est plus comptabilisée dans le compte de résultat. La part de frais est comptabilisée en résultat par le biais des commissions et revenus provenant des prestations financières.

## Bilan

### Actif

	<b>31.12.2010</b>	<b>31.12.2009</b>	<b>Diff. en %</b>
Immobilisations incorporelles	0	535 320	-100,0
Immobilisations incorporelles	0	535 320	-100,0
<b>Placements</b>	<b>10 953 246 779</b>	<b>10 482 835 075</b>	<b>4,5</b>
Immeubles	888 368 005	905 550 973	-1,9
Participations	67 540 747	68 747 100	-1,8
Prêts	707 612 510	782 021 642	-9,5
Placements disponibles à la vente	3 145 446 809	3 202 162 771	-1,8
Placements à la juste valeur par le biais du compte de résultat	6 142 591 000	5 522 167 784	11,2
Autres placements	1 687 708	2 184 804	-22,8
<b>Provisions techniques réassurance passive</b>	<b>114 960 693</b>	<b>112 263 125</b>	<b>2,4</b>
Provisions techniques réassurance passive affaires directes	114 338 485	111 104 914	2,9
Provisions techniques réassurance passive affaires indirectes	622 208	1 158 211	-46,3
<b>Créances</b>	<b>136 289 790</b>	<b>148 471 067</b>	<b>-8,2</b>
Créances provenant des affaires d'assurance directe	54 803 845	63 500 718	-13,7
Créances provenant des affaires de réassurance	21 825 698	27 170 704	-19,7
Créances d'impôt	20 244 398	16 415 484	23,3
Autres créances	39 415 849	41 384 161	-4,8
<b>Liquidités et dépôts à court terme</b>	<b>491 706 632</b>	<b>422 076 218</b>	<b>16,5</b>
<b>Créances d'impôt différé</b>	<b>64 977 738</b>	<b>23 550 377</b>	<b>175,9</b>
<b>Autres actifs</b>	<b>1 313 231 190</b>	<b>1 287 036 463</b>	<b>2,0</b>
Immeubles occupés par le propriétaire	288 930 220	276 550 555	4,5
Frais d'acquisition inscrits à l'actif	907 408 592	884 848 846	2,5
Immobilisations corporelles	0	511 654	-100,0
Avances et actifs transitoires	116 892 378	125 125 407	-6,6
<b>Total de l'actif</b>	<b>13 074 412 822</b>	<b>12 476 767 645</b>	<b>4,8</b>

**Passif**

	<b>31.12.2010</b>	<b>31.12.2009</b>	<b>Diff. en %</b>
<b>Fonds propres</b>	<b>506 339 326</b>	<b>350 187 373</b>	<b>44,6</b>
Capital social	3 053 500	3 053 500	0,0
Réserves en capital	17 249 168	17 249 168	0,0
Réserves issues du bénéfice	283 634 574	215 262 520	31,8
Réserve pour différences de change non réalisées	-52 640 817	-23 754 151	121,6
Réserve pour gains/pertes non réalisés provenant des placements disponibles à la vente	89 172 525	62 247 773	43,3
Résultat de l'exercice	165 870 376	76 128 563	117,9
<b>Passifs subordonnés</b>	<b>467 600 921</b>	<b>506 982 951</b>	<b>-7,8</b>
<b>Provisions techniques</b>	<b>10 500 253 831</b>	<b>9 992 403 651</b>	<b>5,1</b>
Provisions techniques affaires directes	10 284 503 801	9 906 127 934	3,8
Provisions techniques affaires indirectes	36 235 224	40 097 542	-9,6
Provisions techniques pour excédents futurs (DPL)	179 514 806	46 178 175	288,7
<b>Autres provisions</b>	<b>2 500 000</b>	<b>3 440 000</b>	<b>-27,3</b>
Provisions financières	2 500 000	3 440 000	-27,3
<b>Passifs financiers</b>	<b>706 878 314</b>	<b>795 170 336</b>	<b>-11,1</b>
Passifs financiers comptabilisés au coût amorti	305 835 175	338 388 143	-9,6
Passifs financiers comptabilisés à la juste valeur	401 043 139	456 782 192	-12,2
<b>Dépôts provenant des réassureurs</b>	<b>70 522 195</b>	<b>52 213 197</b>	<b>35,1</b>
<b>Dettes à court terme</b>	<b>579 676 713</b>	<b>569 015 271</b>	<b>1,9</b>
Dettes provenant des affaires d'assurance directe	490 745 515	482 345 331	1,7
Dettes provenant des affaires de réassurance	13 687 985	10 269 495	33,3
Dettes d'impôt	27 612 830	34 260 902	-19,4
Autres dettes à court terme	47 630 383	42 139 543	13,0
<b>Dettes d'impôt différé</b>	<b>201 157 176</b>	<b>158 793 744</b>	<b>26,7</b>
<b>Autres dettes</b>	<b>39 484 346</b>	<b>48 561 122</b>	<b>-18,7</b>
Passifs transitoires	39 484 346	48 561 122	-18,7
<b>Total du passif</b>	<b>13 074 412 822</b>	<b>12 476 767 645</b>	<b>4,8</b>

## Compte de résultat

### Compte de résultat

	1.1-31.12.2010	1.1-31.12.2009	Diff. en %
Primes acquises	1976 275 566	1951 308 678	1,3
Primes brutes émises	2 073 253 975	2 026 231 689	2,3
Variation du report de primes	1 506 293	-1 293 790	n.d.
Primes de réassurance	-98 484 701	-73 629 220	33,8
Produit des intérêts	173 513 371	181 381 428	-4,3
Revenu de participations	14 544 411	2 668 203	445,1
Gains réalisés sur des placements et autres investissements	37 596 072	48 348 745	-22,2
Revenu net des placements financiers à la juste valeur par le biais du compte de résultat	184 202 449	518 372 462	-64,5
Commissions et frais administratifs des prestations financières	48 065 198	43 114 674	11,5
Autres produits	293 903 167	108 240 593	171,5
<b>Total des produits</b>	<b>2 728 100 235</b>	<b>2 853 434 783</b>	<b>-4,4</b>
Prestations d'assurance et réserves actuarielles nettes	-1 591 312 398	-2 018 687 787	-21,2
Prestations d'assurance et réserves actuarielles brutes	-1 664 265 093	-2 076 013 627	-19,8
Part de réassurance	72 952 695	57 325 840	27,3
Charges d'intérêts	-32 934 173	-33 147 788	-0,6
Charges de participations et charges d'intérêts en faveur de sociétés affiliées	-11 148 923	-16 658 079	-33,1
Pertes réalisées sur des placements et autres investissements	-60 174 347	-87 257 583	-31,0
Frais d'acquisition	-322 729 414	-300 072 235	7,6
Frais administratifs	-133 846 060	-143 068 731	-6,4
Autres charges	-376 306 743	-152 516 301	146,7
<b>Total des charges</b>	<b>-2 528 452 058</b>	<b>-2 751 408 503</b>	<b>-8,1</b>
Bénéfice avant impôt	199 648 178	102 026 280	95,7
Impôts sur le résultat	-33 777 802	-25 897 717	30,4
<b>Résultat de l'exercice</b>	<b>165 870 376</b>	<b>76 128 563</b>	<b>117,9</b>

## «Simplement GENERALI»

**André-Marcel Nwaha**  
Assurance véhicules à moteur FORMULA



## **Impressum**

### **Editeur:**

GENERALI (Suisse) Holding SA  
Secrétariat général  
Soodmattenstrasse 10  
8134 Adliswil  
Téléphone 058 472 44 27  
Fax 058 472 44 25

### **Conception/rédaction générale:**

Peter Friedrich

### **Collaboration:**

responsables thématiques  
du Secrétariat général et des  
domaines d'affaires

### **Photographie:**

Christian Senti, Zurich

### **Graphisme:**

GENERALI et  
RICHIGRAFIK, Zurich

### **Composition/impression:**

Linkgroup, Zurich

## Adresses

### GENERALI

#### (Suisse) Holding SA

Soodmattenstrasse 10  
8134 Adliswil 1  
Téléphone 058 472 40 40  
Fax 058 472 44 25

### GENERALI

#### Assurances de personnes SA

Soodmattenstrasse 10  
8134 Adliswil 1  
Téléphone 058 472 44 44  
Fax 058 472 55 55

### FORTUNA

#### Assurances sur la vie SA Vaduz

Städtle 35  
FL-9490 Vaduz  
Téléphone 00423 236 15 45  
Fax 00423 236 15 48

### GENERALI

#### Assurances Générales SA

Avenue Perdtemps 23  
1260 Nyon 1  
Téléphone 058 471 01 01  
Fax 058 471 01 02

Suisse alémanique  
Soodmattenstrasse 4  
8134 Adliswil 1  
Téléphone 058 472 34 00  
Fax 058 472 34 01

### FORTUNA

#### Compagnie d'Assurance de Protection Juridique SA

Soodmattenstrasse 2  
8134 Adliswil 1  
Téléphone 058 472 72 00  
Fax 058 472 72 01

### FORTUNA

#### Investment SA

Soodmattenstrasse 10  
8134 Adliswil 1  
Téléphone 058 472 44 44  
Fax 058 472 53 39

### FORTUNA

#### Investment SA Vaduz

Städtle 35  
FL-9490 Vaduz  
Téléphone 00423 232 05 92  
Fax 00423 236 15 46

### Internet

[www.generali.ch](http://www.generali.ch)

## E-mail

Holding/Groupe:	<a href="mailto:info@generali.ch">info@generali.ch</a>
Assurances-vie:	<a href="mailto:life@generali.ch">life@generali.ch</a>
Assurances non-vie:	<a href="mailto:nonlife@generali.ch">nonlife@generali.ch</a>
Assurance de protection juridique:	<a href="mailto:info.rvg@generali.ch">info.rvg@generali.ch</a>
Investissements/fonds:	<a href="mailto:investment@generali.ch">investment@generali.ch</a>
Vente directe:	<a href="mailto:direct@generali.ch">direct@generali.ch</a>



**GENERALI SUISSE**  
Holding

**Siège de la Société**

GENERALI (Suisse) Holding SA, Soodmattenstrasse 10, 8134 Adliswil 1  
Téléphone 058 472 40 40, fax 058 472 44 25, [info@generali.ch](mailto:info@generali.ch)