

Brochure d'entreprise

helvetia.ch

**Agile.**

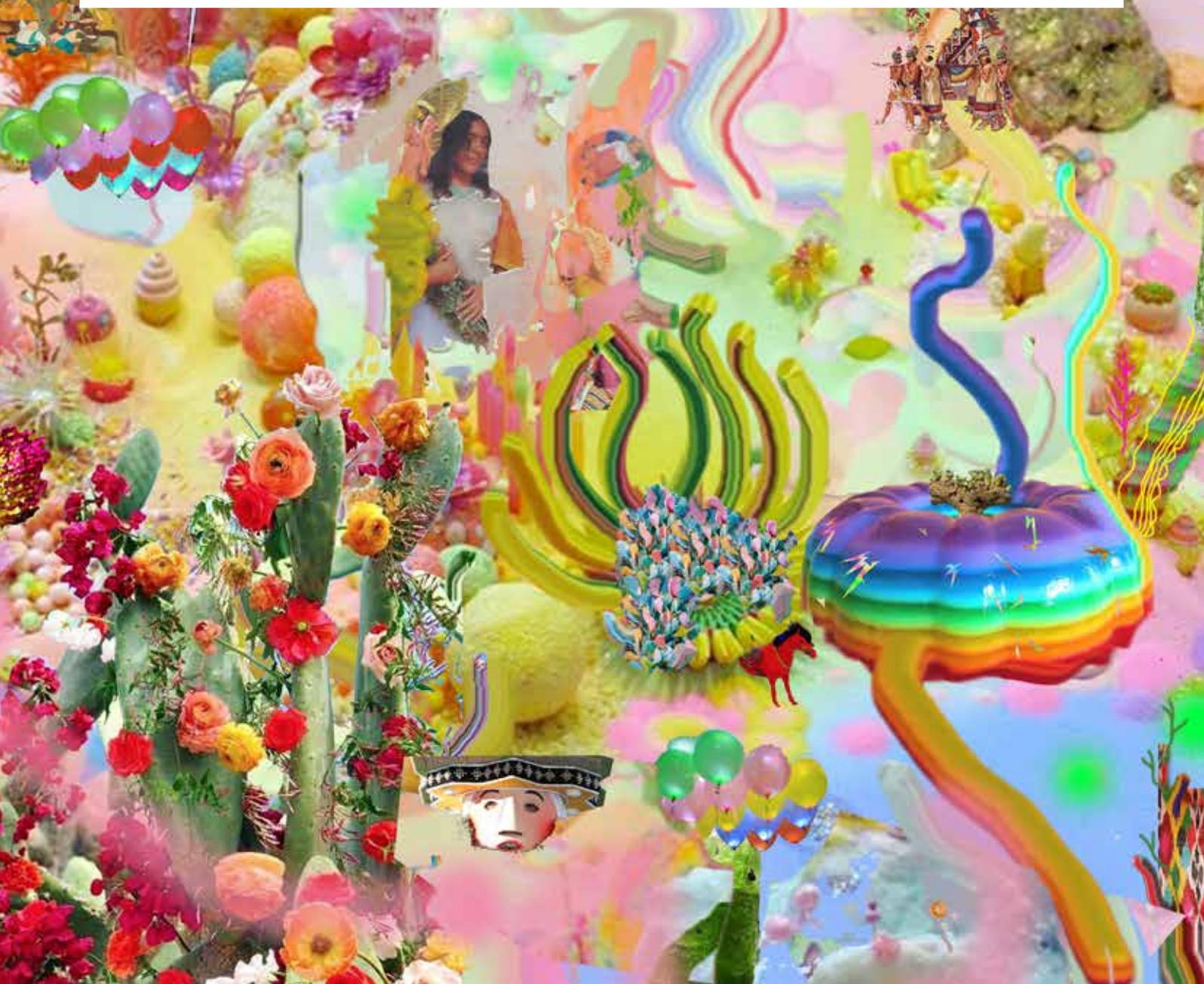
**Innovante.**



**Orientée client.**

**simple. clair. helvetia** 

Votre assureur suisse



# Chiffres clés.

	2018	2017	Variation
en millions de CHF			En monnaie d'origine
<b>Volume d'affaires</b>			
Primes brutes vie	4480.1	4384.3	1.5%
Dépôts vie	197.1	163.2	18.3%
Primes brutes non-vie	3874.5	3678.5	3.5%
Réassurance active	521.6	415.3	25.6%
Volume d'affaires	9073.3	8641.3	3.9%
<b>Résultat<sup>1</sup></b>		Résultat des activités opérationnelles	
Résultat Vie	147.9	193.1	-23.4%
Résultat Non-vie	332.0	363.5	-8.7%
Résultat Autres activités	-48.9	-54.2	9.8%
Résultat du Groupe après impôts	431.0	502.4	-14.2%
Résultat des placements de capitaux	580.1	1513.4	-61.7%
dont résultat des placements financiers et immeubles du Groupe	794.4	1348.7	-41.1%
Rendement des capitaux propres <sup>2</sup>	8.1%	9.8%	
<b>Chiffres clés du bilan</b>			
Capitaux propres consolidés (hors titres préférentiels)	5097.1	5229.4	-2.5%
Provisions pour contrats d'assurance et d'investissement (net)	44418.5	44385.5	0.1%
Placement de capitaux	51997.5	52306.1	-0.6%
dont placements financiers et immeubles du Groupe	48583.5	48629.2	-0.1%
<b>Ratios</b>			
Degré de couverture Non-vie	145.0%	156.3%	
Ratio combiné (brut)	88.7%	88.8%	
Ratio combiné (net)	91.0%	91.8%	
Marge sur les nouvelles affaires	1.7%	1.8%	
Rendement direct	2.0%	2.1%	
Performance de placement	0.3%	2.8%	
<b>Chiffres clés des actions d'Helvetia Holding SA</b>			
Résultat des activités opérationnelles du Groupe par action en CHF	41.9	49.2	-14.8%
Résultat périodique du Groupe par action selon les normes IFRS en CHF	41.9	39.1	7.0%
Capitaux propres consolidés par action en CHF	515.4	528.5	-2.5%
Cours de l'action nominative Helvetia à la date du bilan en CHF	574.5	548.5	4.7%
Capitalisation boursière à la date du bilan en mio CHF	5713.5	5454.9	4.7%
Actions émises en unités	9945 137	9945 137	
<b>Collaboratrices et collaborateurs</b>			
Groupe Helvetia	6624	6592	0.5%
dont segments Suisse et Corporate	3542	3499	1.2%

<sup>1</sup> A partir de l'exercice 2018, Helvetia ne présente plus le résultat des activités opérationnelles mais seulement le résultat conforme aux normes IFRS. Les comptes annuels ne comprennent plus les effets des acquisitions à l'exception des amortissements d'obligations encore en cours, d'un montant de CHF 16,4 millions (après impôts et participation aux excédents). Toutefois, pour mieux évaluer l'évolution opérationnelle, le résultat des activités opérationnelles de l'exercice précédent, corrigé de l'incidence de l'ensemble des effets des acquisitions, est pris en compte.

<sup>2</sup> Basé sur le résultat obtenu pour les actions (prise en compte, par le biais du compte de résultat, des intérêts sur les titres préférentiels), divisé par le capital-actions moyen (capitaux propres avant titres préférentiels).

## Base solide

### Accès aux capitaux

Large accès au marché des capitaux

### Collaborateurs qualifiés

Savoir-faire en matière de produits, d'assurance et de distribution

### Portefeuille d'investissements

Portefeuille de qualité, bon alignement de l'actif et du passif, intégration systématique de critères ESG

### Stratégie axée sur l'avenir

Renforcement du cœur de métier, nouveaux modèles d'affaires, innovations ciblées

## Caractéristiques de différenciation

### Marque et histoire

Assureur toutes branches: offre complète sous une seule marque dans tous les pays

### Triple diversification

**Régionale:** CH, Europe et prises de risques sélectionnées dans le monde entier

**Clients:** focalisation sur les particuliers et les PME

**Sources de revenus:** primes d'assurance et frais

### Accès aux clients et services

Approche omnicanale: réseaux d'agents solides, y compris partenaires et accès B2B2C, l'assureur direct Smile et des produits et services simples et de qualité

### Assise financière

Base de capitaux solide / Rating A

### Ecosystème Home

## Domaines d'activité & régions

### Non-vie

Assurances choses en CH et en Europe  
Couvertures spéciales dans des niches sélectionnées dans le monde entier  
Réassurance active partout dans le monde

### Vie

Assurance vie individuelle en CH et en Europe  
Assurance vie collective (prévoyance professionnelle, 2<sup>e</sup> pilier) en CH





## Valeur ajoutée pour les actionnaires

### Financière

Bon ratio combiné dans le domaine non-vie  
Marge d'intérêt stable dans le domaine vie  
Forte production de liquidités  
Sources de revenus diversifiées

### Dividendes

Politique de dividendes attrayante et durable, bons rendements

### Cours des actions

Bonne évolution du cours des actions sur les 5 dernières années

### Opportunités

Potentiel de croissance en Europe  
Nouveaux modèles d'affaires: écosystème Home



## Risques & gestion des risques

### Activités opérationnelles

Prise de risque vis-à-vis de l'UE/la zone EUR et macrorisques qui en découlent

### Marchés des capitaux

Volatilité des marchés des capitaux (notamment cours boursiers, prix de l'immobilier et spreads), persistance de faibles taux d'intérêt

### Réglementation

Prévoyance vieillesse professionnelle CH (2<sup>e</sup> pilier)

### Environnement

Pression des prix  
Environnement concurrentiel

### Gestion des risques

Gestion des risques intégrée afin d'identifier, de recenser et d'évaluer en temps utile les principaux risques, et de les piloter et les surveiller efficacement



## Valeur ajoutée pour les autres parties prenantes

### Clients

Accès et services simples et omnicanaux  
Partenaire individuelle, fiable et compétente  
Forte capitalisation

### Collaboratrices et collaborateurs

Employeur reconnu et digne de confiance

### Société

Entreprise climatiquement neutre  
Partenariats en faveur d'engagements philanthropiques et sociaux  
Respect des exigences en matière de développement durable et interaction simultanée avec différents groupes-cibles

---

**Notre profil**

**4**

---

**Nos points forts**

**5**

---

**L'interview**

**6**

---

**Notre marque**

**10**

---

**Notre organisation**

**13**

---

**Notre stratégie**

**18**

---

**Activités commerciales  
et segments**

**23**

**Affaires non-vie**

**24**

**Affaires vie**

**28**

**Nos segments**

**32**

---

**Développement durable**

**40**

---

**Nos engagements  
pour l'art**

**42**

---

**Nos collaborateurs**

**44**

---

**Nos placements**

**46**

---

**Notre action**

**48**



**S**is en Suisse, à Saint-Gall, le Groupe Helvetia est devenu au fil de son histoire longue de 160 ans un groupe d'assurances prospère, actif à l'international, qui compte plus de 6 600 collaborateurs et 5 millions de clients. Aujourd'hui, nous sommes le premier assureur toutes branches en Suisse. Dans les pays regroupés au sein du segment Europe, à savoir l'Allemagne, l'Italie, l'Autriche et l'Espagne, Helvetia affiche une position prometteuse sur les marchés, avec une croissance supérieure à la moyenne. Le segment Specialty Markets nous donne partout dans le monde des accès aux marchés dans des niches sélectionnées. Dans ce segment, Helvetia offre des couvertures sur mesure dans les Specialty Lines et la réassurance.

Notre réussite repose sur une large diversification, avec un bon équilibre entre les affaires vie et non-vie. Avec un marché national solide et une présence rentable dans les pays européens, notre Groupe est aussi largement diversifié sur le plan régional. Notre expertise dans le domaine de l'assurance transport, technique et d'œuvres d'art ainsi que de la réassurance active nous ouvre par ailleurs des opportunités prometteuses en dehors de nos principaux marchés. Nous mettons l'accent aussi bien sur la clientèle privée que sur les petites et moyennes entreprises (PME). Nous souhaitons proposer à tous les clients des solutions les plus simples possible et à l'image de notre promesse de marque: simple. clair. helvetia.

Enfin, nous diversifions notre flux de revenus en développant de nouveaux modèles d'affaires, tels que l'écosystème Home, qui s'éloignent de l'activité d'assurance traditionnelle pour s'orienter vers de nouvelles sources de revenus, notamment des recettes de commissions. Notre diversification nous permet de faire face aux fluctuations de la conjoncture et du marché. Nous garantissons ainsi notre indépendance et renforçons durablement le succès de notre Groupe, dans l'intérêt des investisseurs, des clients, des collaborateurs et des autres parties prenantes.

De solides résultats actuariels associés à une approche de l'actif et du passif bien établie pour la gestion de notre bilan de 58 milliards garantissent une progression durable de nos bénéfices.

L'action d'Helvetia Holding AG s'échange à la Bourse suisse SIX Swiss Exchange.

**5 milliards de**  
CHF de capitalisation boursière

**9 073**  
millions de CHF de volume d'affaires

**Stratégie helvetia 20.20**

Valeur pour les clients, les collaborateurs & les actionnaires

**Solutions de produits sur mesure**

**Chatbot** B2B2C

**Numérisation Innovation**

**Smart data**  
**Venture Fund**

**Elargissement du modèle d'affaires**

160 ans de compétence dans le domaine de l'assurance

**6 624**  
collaboratrices et collaborateurs

**MoneyPark**

**Consolidation du modèle d'affaires**

**Ecosystème Home**

Promesse de marque

**Employeur attirant**

**Design thinking**

kulturfit @helvetia

**5 milliards de**  
CHF de capitaux propres

**Smile**

**Prix d'art Helvetia**

Sponsoring: Swiss-Ski, Helvetia Schweizer Cup  
Fondation Helvetia  
Patria Jeunesse

**Engagement en faveur de la forêt protectrice**

**plus de 5 millions de clients**

**6 marchés nationaux**

**Parée pour l'avenir**

**431**

millions CHF de bénéfices

**1,7%**

marge pour les nouvelles affaires

**Simplicité**

**24**

CHF de dividende

**91%**

ratio combiné net 9945 137 actions

**SST Ratio 180-240%**

Catégorie de notation

**A**

**Orientation client**

**1 marque forte**

**Campagne employeur « &C'est parti. »**

**Swissness**

**simple. clair. helvetia**

**Commodité**

Positionnement en tant qu'assureur de

**PME**

Responsabilité sociale

**Dr Philipp Gmür**  
Chief Executive Officer

# Poursuivre sur la voie du succès.

Doris Russi Schurter et Philipp Gmür font un tour d'horizon de l'année écoulée et décrivent leurs priorités pour 2019. Selon eux, Helvetia est sur la bonne voie dans la mise en œuvre de sa stratégie.



**Doris Russi Schurter**  
Présidente du Conseil  
d'administration

**” Monsieur Gmür, quand vous repensez à l'année 2018, quels ont été vos moments forts?**

Nous nous sommes fixé pour objectif de rendre Helvetia plus agile, plus innovante et aussi plus centrée sur ses clients. Trois événements nous ont permis de rendre cette ambition plus concrète: deux séminaires de direction de deux jours destinés respectivement aux cadres suisses et étrangers, les Helvetia Future Days organisés pour tous nos collaborateurs et, enfin, la présentation de nouvelles idées commerciales de jeunes entrepreneurs, qui s'est tenue en décembre à Zurich, et s'adressait à un plus large public.

**” Madame Russi Schurter, comment avez-vous vécu cette première année en tant que présidente du Conseil d'administration?**

Cette année a été intéressante et captivante. Je siège au Conseil d'administration d'Helvetia depuis 2008 et je connais bien cette entreprise. Mais il y a une grande différence entre le fait d'être membre du Conseil d'administration et le fait d'en assumer la responsabilité suprême au poste de présidente. Diriger cet organe composé de personnalités extrêmement compétentes me procure beaucoup de joie et de satisfaction. Avec Beat Fellmann, Thomas Schmuckli et Regula Wallimann, nous avons pu, lors de l'Assemblée générale de 2018, renforcer encore le savoir-faire de notre Conseil d'administration.

→ [Suite à la page suivante](#)

**Monsieur Gmür, où en est Helvetia dans la réalisation de ses objectifs stratégiques?**

Pour ce qui est des chiffres, nous sommes sur la bonne voie: en volume, nous nous développons dans les domaines d'activité souhaités, à savoir les secteurs non-vie et les produits d'assurance vie efficaces en termes de capital. La rentabilité des portefeuilles d'assurances est robuste, l'assise financière solide et la capacité à verser des dividendes intacte. En outre, nous sommes parvenus à nous focaliser davantage sur les clients et à simplifier un grand nombre de nos offres et produits. C'est ce que montrent également les exemples présentés dans cette brochure. Toutefois, nous ne sommes pas encore arrivés là où nous le souhaitons, et j'aimerais que nous adoptions encore davantage une perspective tournée vers l'extérieur.

**Madame Russi Schurter, quel doit être, selon vous, votre rôle dans la mise en œuvre d'Helvetia 20.20?**

J'ai contribué en son temps à l'élaboration de la stratégie actuelle. Les objectifs stratégiques définis sont toujours valables, même si l'environnement a en partie changé. Nous devons continuer de nous concentrer sur ces objectifs et réaliser les projets correspondants. Il m'importe plus particulièrement de soutenir efficacement le CEO et la Direction du Groupe dans leurs efforts pour consolider le succès d'Helvetia. Par ailleurs, le Conseil d'administration entend aussi donner ses propres impulsions, conformément à ses tâches stratégiques et à son expertise.



# Quels sont vos objectifs pour l'année 2019, sur quoi souhaitez-vous travailler?

” **Doris Russi Schurter:** nous voulons poursuivre sur la voie du succès. La Direction du Groupe et le Conseil d'administration étendent d'ores et déjà leur regard au-delà de l'actuelle période stratégique et s'intéressent à de nouveaux horizons. Il est important d'identifier en temps utile les tendances et les opportunités. La numérisation jouera elle aussi un rôle significatif. En même temps, nous ne devons pas négliger notre cœur de métier, avec lequel nous réalisons la majeure partie de nos revenus. Il m'est important de trouver un bon équilibre dans ce domaine. Et je suis convaincue qu'après 2020 aussi, l'enjeu pour Helvetia sera de créer de la valeur pour ses clients, ses collaborateurs et ses actionnaires.

---

*« Lors de l'AG 2018, nous avons renforcé le savoir-faire du CA. »*

---

” **Philipp Gmür:** cette année, il faudra poursuivre la mise en œuvre d'*helvetia 20.20* avec rythme, force et endurance. Trois sujets sont particulièrement importants. Premièrement, nous voulons faire considérablement avancer nos initiatives pour la croissance; deuxièmement, nous cherchons à accélérer la réalisation de nos grands projets, par exemple la modernisation de nos systèmes de gestion Non-vie en Suisse ou de la gestion des documents; et troisièmement, nous devons encore montrer davantage notre orientation client en simplifiant beaucoup de choses!

---

*« J'aimerais que nous adoptions une perspective davantage tournée vers l'extérieur. »*

---



Visionner le film d'entreprise.

# Ski. Performance.

## Equipe Helvetia.

Fin 2017, Helvetia a lancé sa nouvelle identité de marque « simple. clair. helvetia ». En 2018, elle l'a mise en œuvre dans tous les canaux de communication pertinents. Dans le cadre de la stratégie *helvetia 20.20*, Helvetia sensibilise ainsi davantage à la simplicité de ses services – à l'intérieur du Groupe comme à l'extérieur.

**L**es triades sont au cœur de la nouvelle identité de marque d'Helvetia. Sur le plan du contenu, l'accent est mis sur la promesse de marque « simple. clair. helvetia ». La nouvelle campagne est donc sciemment conçue pour être simple et claire. Elle mise sur des triades écrites qui sont présentées noir sur blanc. Toutes les triades sont structurées de la même manière et décrivent une situation, un défi qui en découle et la bonne solution proposée par Helvetia pour y faire face. Après avoir été lancée en 2017, l'identité de marque d'Helvetia a été déployée à tous les niveaux en 2018.

En plus de son identité visuelle, Helvetia a revu dès le printemps 2018 la publicité pour ses produits en ajoutant de nouvelles couleurs et des éléments graphiques modernes. Des spots télévisés permettent de faire découvrir les triades de manière ludique. A cela s'est ajoutée une présence en ligne accrue qui, outre le site Internet d'Helvetia, intègre aussi davantage les réseaux sociaux.

La publicité pour l'organisation des ventes a aussi été renouvelée en 2018. Helvetia s'affiche en tant qu'employeur attrayant avec sa campagne actuelle intitulée « &C'est parti. ». Les domaines d'activité Vie, Non-vie, Prévoyance professionnelle et Specialty Markets ont profité d'une présence médiatique renforcée et des engagements de sponsoring traditionnels, ainsi que de nouveautés en la matière. Helvetia entretient par exemple un lien étroit avec le ski. Outre la Fédération Swiss-Ski, elle soutient

aussi des athlètes issus des marchés nationaux européens. L'engagement d'Helvetia dans le football, en donnant son nom à l'Helvetia Schweizer Cup, a également eu d'importantes retombées médiatiques.

A l'occasion du 160<sup>e</sup> anniversaire d'Helvetia, le 6 décembre 2018, le nouveau film promotionnel a été présenté. Il explique en 100 secondes ce qu'Helvetia entend par l'adjectif « simple » et en quoi elle propose d'ores et déjà des solutions simples à ses clients.



### Chiffres et faits sur la nouvelle image de marque

- 1 000 nouvelles triades dans toutes les langues
- 2 000 supports publicitaires cross-média en Suisse et sur les marchés nationaux
- Spots télévisés et publicité à la radio
- Imprimé / annonces avec et sans image
- Affiches / publicité extérieure
- Publicité extérieure, locomotives CFF
- Documentation marketing
- Internet et réseaux sociaux
- Publicité pour les ventes
- Campagnes / mailings
- Sponsoring et engagements
- Campagne employeur
- Film d'entreprise

# Helvetia a tissé des liens profonds avec la famille des sports de neige suisse



**Dr Urs Lehmann**  
Président de Swiss-Ski

## » Comment vivez-vous la collaboration avec Helvetia?

Urs Lehmann: avec Helvetia, nous sommes unis par des liens beaucoup plus forts que ceux d'un sponsoring classique. Un véritable partenariat s'est développé au fil des années. Cet engagement se caractérise par un haut niveau de professionnalisme et par beaucoup de passion. Helvetia s'est taillé une place à part dans le cœur de la famille des sports de neige suisse.

## Comment ce partenariat a-t-il évolué et de quoi êtes-vous le plus fier?

Helvetia a su faire preuve de suffisamment de courage et de confiance pour s'engager en tant que sponsor de Swiss-Ski en 2005, après la crise de Bormio, où nous n'avions remporté aucune médaille. Cela s'est avéré payant pour les deux parties! Aujourd'hui, dans les sports de neige, tout le monde ou presque connaît Helvetia – et cette notoriété dépasse largement nos frontières. Nos athlètes la remercient pour son engagement en affichant d'excellents résultats et en remportant de nombreuses médailles. C'est donc une situation gagnant-gagnant.

## Pourquoi est-il important de soutenir non seulement les athlètes de haut niveau, mais aussi la Fédération Swiss-Ski?

Helvetia a fait sienne notre vision: nous avons besoin aujourd'hui de jeunes talents et de nouvelles générations de skieurs afin de pouvoir demain remporter des médailles, par exemple lors des championnats du monde de ski alpin de 2025 à Crans-Montana.



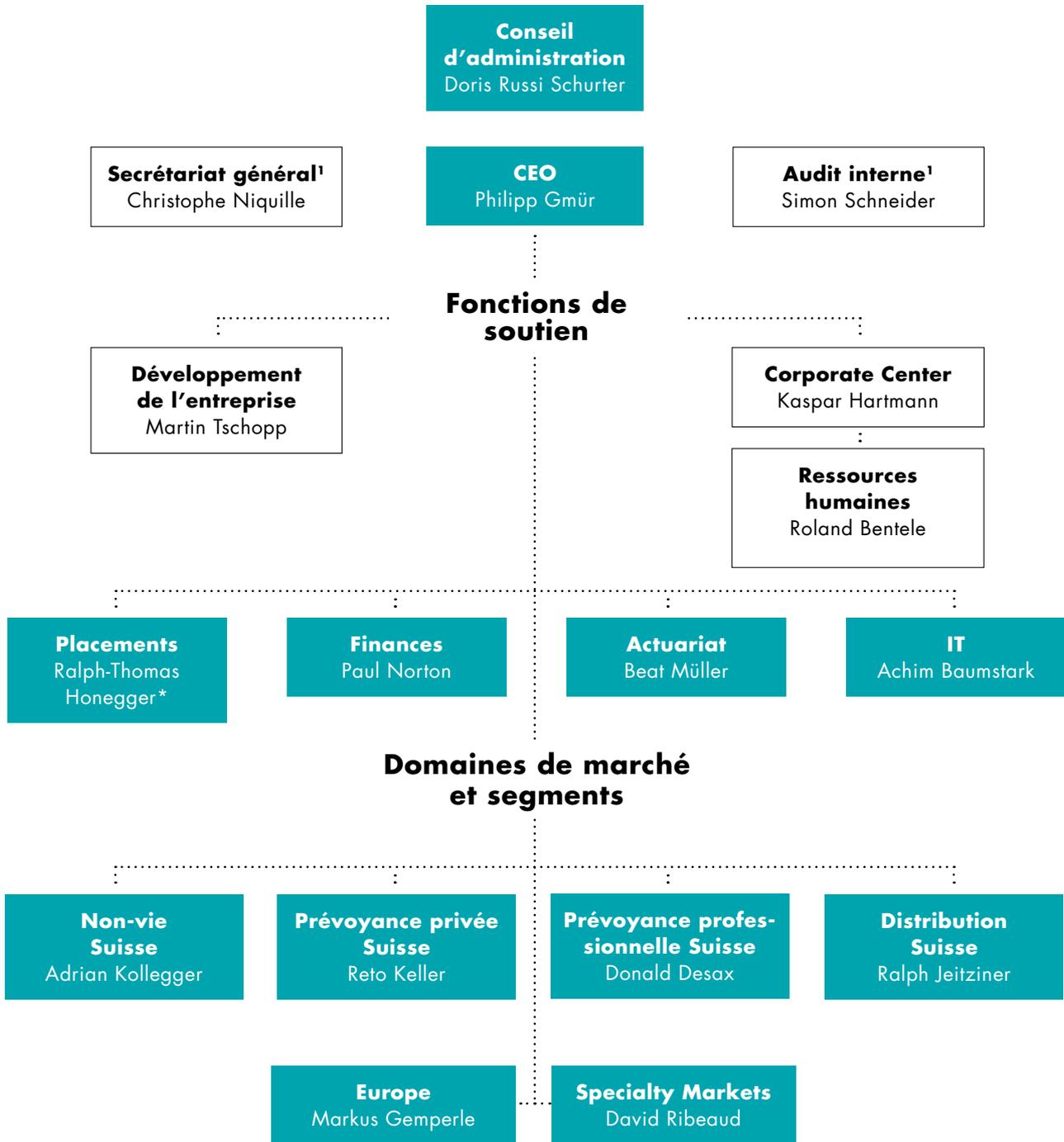
## Engagement dans les sports d'hiver

Outre la publicité classique, Helvetia est aussi présente en tant que sponsor d'athlètes individuels et de la Fédération Swiss-Ski dans son ensemble depuis 2005. Elle soutient ainsi la formation de l'élite des sports d'hiver suisses, mais également le sport de masse qui en constitue le socle. Elle apporte son soutien aux athlètes, notamment dans les disciplines du ski alpin, du ski de fond, du combiné nordique, du saut à ski, du biathlon et du télémark.





Curriculum vitae  
des membres de  
la Direction du  
Groupe



■ Membres de la Direction du Groupe

<sup>1</sup> placé sous l'autorité de la présidente du Conseil d'administration

\* jusqu'au 31 mars 2019 / à partir du 1<sup>er</sup> avril 2019 André Keller



Dr Thomas Schmuckli

Dr Gabriela Maria Payer

Prof. Dr Christoph Lechner

Dr Hans-Jürg Bernet

Beat Fellmann



Regula Wallimann

Dr Ivo Furrer

Doris Russi Schurter

Dr Andreas von Planta

Jean-René Fournier

Dr Hans Künzle



Beat Müller



Paul Norton



Donald Desax



Dr Philipp Gmür



Ralph Jeitziner



David Ribeaud

Adrian Kollegger

Achim Baumstark

Dr Ralph-Thomas Honegger

Dr Markus Gemperle

Reto Keller

# helvetia 20.20

1

## helvetia 20.20 crée de la valeur...

### Valeur pour les clients

→ Solutions simples d'assurance et de prévoyance précises, sûres, personnalisées et pratiques

### Valeur pour les collaborateurs

→ Employeur attrayant et tourné vers l'avenir

### Valeur pour les actionnaires

→ Augmentation continue de la capacité à faire des bénéfices et à verser des dividendes

2



## ...par la transformation et l'innovation

### Transformation

#### Renforcement du cœur de métier

- Croissance
- Interaction numérique avec les clients et les partenaires
- Plus grande automatisation

#### Nouveaux modèles d'affaires

- Ecosystème Home, Skill-based M&A

### Innovations / prototypes ciblés

- Corporate Venturing
- Corporate Incubation
- Coopérations



4



## Nos objectifs financiers

<b>Volume</b>	CHF 10 milliards (ambition)
<b>Non-vie</b>	RC net < 93%
<b>Vie</b>	Marge nouvelles affaires > 1%
<b>Synergies (avant impôts)</b>	> CHF 130 millions
<b>Rendement des capitaux propres</b>	8–11%
<b>Dividende (5 ans)</b>	> CHF 1 milliard
<b>Taux SST</b>	180–240%
<b>Rating S&amp;P</b>	A

3



## ...et nous préparons à l'avenir

### Parés pour l'avenir

- Agile et efficace
- Innovante et numérique
- Centrée sur les clients en associant points forts traditionnels et exploitation des nouvelles possibilités

### Toujours personnelle et fiable

- Promesses durables faites aux clients
- Base de capitaux saine

# Chaque jour, nous nous demandons comment enthousiasmer les clients.

L'orientation client représente un pilier de la stratégie *helvetia* 20.20. Martin Tschopp, responsable Développement d'entreprise, explique dans l'interview ci-dessous ce que ce terme signifie pour Helvetia, dans quels domaines elle a déjà accompli des progrès et comment l'orientation client est vécue.



**Martin Tschopp**

**Responsable Développement d'entreprise**

**” L'orientation client représente un élément important de la stratégie *helvetia* 20.20. Comment mettez-vous en œuvre concrètement cette composante?**

Pour Helvetia, l'orientation client commence avec la simplicité dans la conception des produits, le règlement des sinistres et, plus généralement, la prise en charge des clients. Pour cela, nous devons réfléchir et agir en adoptant systématiquement la perspective du client. Nous consultons régulièrement les clients et mettons au point des solutions complètes qui créent une valeur ajoutée pour eux. En outre, nous analysons systématiquement et rapidement les feedbacks, en travaillant avec la recon-

naissance textuelle et l'intelligence artificielle. Notre objectif est d'être simples et clairs pour nos clients, comme nous le promettons avec notre marque. En bref, pour être orientés sur les clients, nous nous demandons chaque jour comment les enthousiasmer et les convaincre.

**Pouvez-vous nous citer des exemples concrets d'orientation client chez Helvetia?**

Nous faisons en sorte de simplifier au maximum la prise de contact avec nous ou l'utilisation de nos services. Nous appliquons une approche omnicanale pour entrer en relation avec notre clientèle. Nos clients peuvent, par exemple, se faire conseiller par vidéo et conclure aussi des contrats en ligne. Enfin, nous utilisons également de manière ciblée des chatbots au niveau des interfaces clients, par exemple en tant que pilote pour les prolongations de contrat ou pour la déclaration des vols de vélos. Ces innovations sont très bien acceptées et nous avons reçu beaucoup de retours positifs. Nous examinons donc s'il est possible d'élargir leur champ d'utilisation.

[→ Suite à la page suivante](#)

## ▷ simple

Bien sûr, nous voulons également proposer des produits simples. Désormais, nos clients ont par exemple la possibilité de souscrire en seulement quelques clics des assurances maladies ou des assurances du risque de décès flexibles via Smile, le premier assureur direct suisse.

De plus, les produits existants sont constamment simplifiés. En matière de prévoyance professionnelle, nous avons par exemple développé en collaboration avec des clients, dans le cadre d'un projet de design thinking, des possibilités d'amélioration pour la fondation collective partiellement autonome Helvetia LPP Invest.

Enfin, nous avons aussi simplifié le règlement des sinistres. En Suisse, pour la réparation des sinistres aux bâtiments, Helvetia collabore par exemple avec la plateforme d'artisans JAROWA. Le client n'a plus qu'à convenir d'un rendez-vous avec l'artisan indiqué et Helvetia règle tout le reste en coulisses pour lui. Dans le domaine des PME aussi, nous avons simplifié par exemple le processus de règlement des sinistres pour les parcs de véhicules motorisés, en étroite collaboration avec les clients.

Grâce à tous ces efforts, nous ne sommes plus un simple vendeur de produits, mais nous évaluons pour devenir un prestataire de solutions compétent.

**Comment vous assurez-vous que vos collaborateurs incarnent, eux aussi, cette orientation client?**

Nous recueillons systématiquement des feedbacks de clients et apprenons ainsi très rapidement comment nos offres et services sont perçus et acceptés. De plus, nous réunissons des groupes de clients et des collaborateurs issus de différents domaines dans des projets de design thinking afin de mettre au point conjointement des solutions orientées client. Les clients trouvent ces interactions très valorisantes et sont pour la plupart tout à fait disposés à y investir le temps nécessaire. Pour les collaborateurs, le travail réalisé avec les clients est enrichissant et motivant.

En plus de ces nouvelles formes de travail, nous inculquons à nos collaborateurs des principes comportementaux pour interagir avec les clients. Ils illustrent notre manière de mettre en œuvre notre promesse de marque dans notre travail quotidien et de mesurer et piloter un bon service à l'interface client.

*« La collaboration intersectorielle est l'une des clefs de la réussite d'un processus de design thinking. D'une part, faire appel à des avis externes au domaine permet de faire tomber les barrières mentales existantes et d'améliorer la compréhension mutuelle. D'autre part, les connaissances et les compétences sont combinées et exploitées de manière optimale. »*

**Renato Strassmann**  
Responsable Développement du  
marché et communication /  
Prévoyance professionnelle Suisse



*« Le fait que nous allions à la rencontre de nos clients pour les interroger sur leurs besoins avant de proposer des solutions clefs en main est encore inhabituel pour bon nombre de nos collaborateurs. Mais après l'avoir fait une fois, ils ne veulent plus rien mettre en pratique sans la participation des clients. »*

**Eliana Wüst**  
Head Customer Centricity, Business Model & Transformation

*« C'est un avantage et je trouve cela bien qu'Helvetia aille recueillir les besoins des clients dans le cadre du développement de ses produits. Tout le monde peut ainsi profiter de cette proximité avec la pratique. »*

**Pietro Pignatiello**  
CEO et propriétaire de l'entreprise Pi2 Process AG  
à Freienbach



# Activités commerciales et segments.

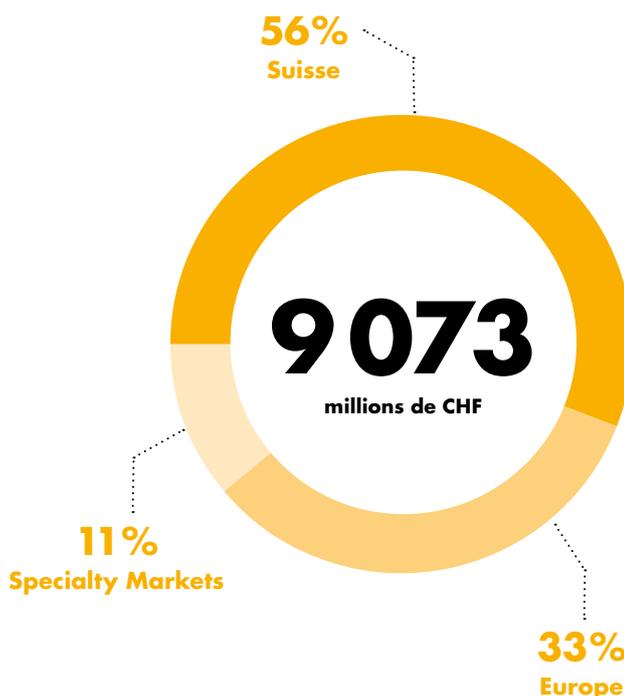
Helvetia est un groupe d'assurances suisse prospère qui opère à l'international. Avec 6 624 collaborateurs à temps plein, Helvetia fournit des prestations à plus de 5 millions de clients. Le Groupe est actif dans les domaines de l'assurance vie, non-vie et de la réassurance. Il structure ses activités commerciales en trois domaines de marché: Suisse, Europe et Specialty Markets. Dans le domaine de marché Suisse, les activités commerciales sont regroupées sur le marché domestique. Le domaine Europe englobe les marchés nationaux de l'Allemagne, l'Autriche, l'Espagne et l'Italie.

Le domaine Specialty Markets d'Helvetia offre des couvertures sur mesure dans les Specialty Lines marine/transport, art et assurances techniques. Avec les Specialty Markets, Helvetia a une présence locale non seulement en Suisse, en France et dans la Principauté de Liechtenstein, mais aussi à Miami pour l'Amérique latine ainsi qu'à Singapour et en Malaisie. La réassurance active fait également partie de ce domaine de marché. Dans l'activité de réassurance, l'accent est mis sur une bonne diversification des affaires non-vie. Sur ce marché de niche, Helvetia se distingue par des relations commerciales viables et de longue date ainsi que par une politique de souscription rigoureuse.

**Volume des affaires par domaine d'activité**



**Volume des affaires par segment**



# Affaires non-vie.

En Suisse et en Europe, le portefeuille de produits non-vie d'Helvetia englobe, outre les assurances dommages classiques (véhicules à moteur, choses, responsabilité civile) et les assurances de personnes (accident et maladie), les assurances spéciales telles que le transport, les assurances techniques et les assurances d'œuvres d'art, qui sont regroupées avec la réassurance active dans le segment Specialty Lines.

Le Groupe Helvetia adopte une stratégie de souscription rigoureuse afin de garantir la qualité du portefeuille et se montre très sélectif dans la souscription des risques d'entreprise importants. Afin de nous prémunir contre les sinistres majeurs, nous collaborons avec des partenaires de réassurance réputés. La capacité de rendement dépend de la composition du portefeuille, de l'évolution des primes et des coûts ainsi que de la sinistralité. La rentabilité peut être évaluée à l'aide du rapport sinistres/frais après réassurance (ratio combiné net) qui, dans le cas d'Helvetia, est en moyenne inférieur à 92,5% ces trois dernières années. Durant l'exercice 2018, le ratio combiné net s'est également établi à 91 %, reflétant la qualité élevée du portefeuille.

Dans les affaires non-vie, la numérisation ouvre de nouvelles opportunités. Helvetia renforce la croissance organique des clients privés, des petites et moyennes entreprises et des grandes entreprises. Pour cela, nous exploitons les possibilités liées à la numérisation afin de rendre les offres et processus d'affaires plus simples, conviviaux, numériques et efficaces – en combinant nos points forts traditionnels à de nouvelles opportunités. Vous trouverez plus d'informations à ce sujet au fil des pages suivantes.

## Portefeuille de produits affaires non-vie

CH

Choses		•
Véhicules à moteur		•
Responsabilité civile		•
Accidents / maladie		•
Voyage		•
Transport		•
Assurances techniques		•
Art		•

<sup>1</sup> Réassurance active

## Primes par domaine d'activité



**33%**  
Choses

(y compris assurances techniques et voyage)



**31%**  
Véhicules à moteur



**12%**  
Réassurance active



**8%**  
Accidents / maladie



**8%**  
Transport  
(y compris art)



**8%**  
Responsabilité civile

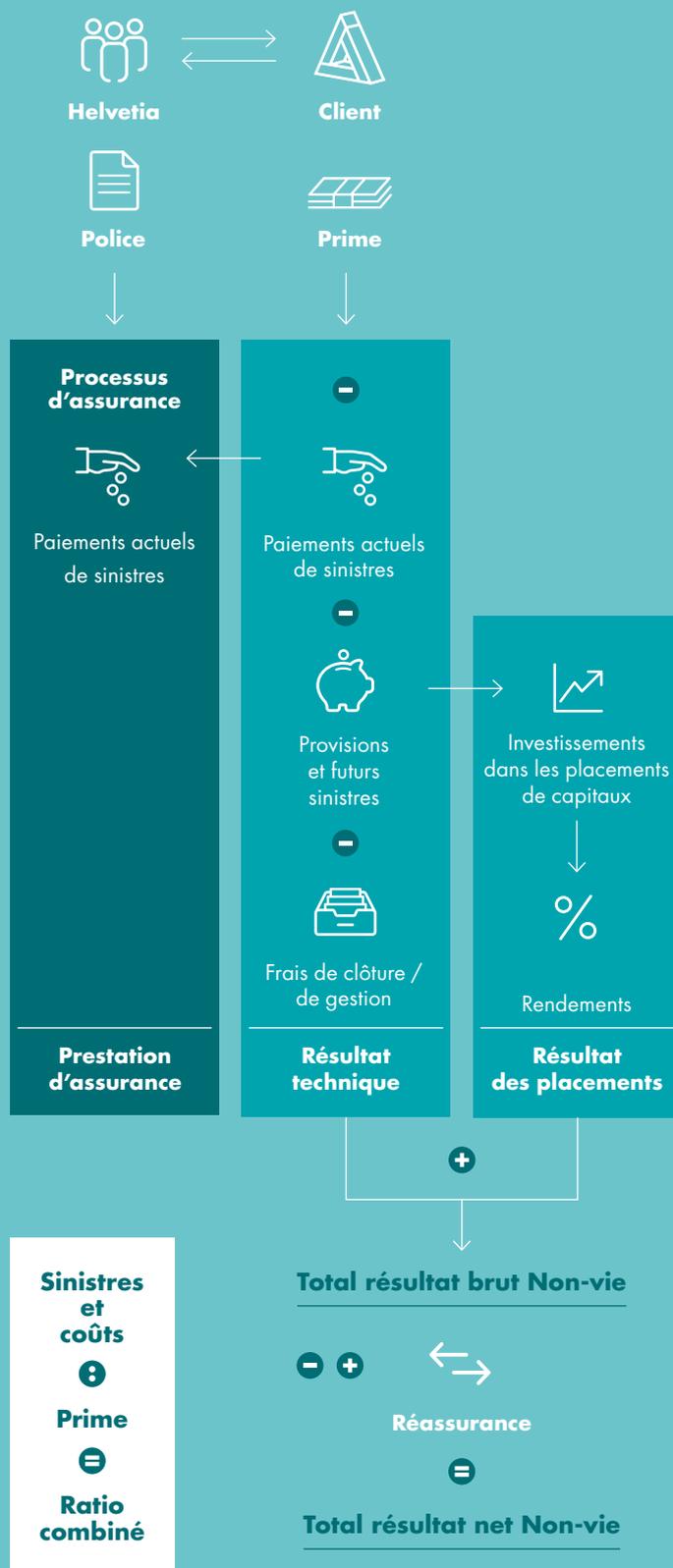
DE	IT	ES	AT	FR	LI	Réas. act. <sup>1</sup>
•	•	•	•	•	•	•
•	•	•	•	•	•	•
•	•	•	•	•	•	•
•	•	•	•	•	•	•
•	•	•	•	•	•	•
•	•	•	•	•	•	•
•	•	•	•	•	•	•
•	•	•	•	•	•	•
•	•	•	•	•	•	•

### Primes par segment



**Ratio combiné net**  
**91,0%**

## Comment fonctionne l'assurance non-vie?



helvetia 20.20

Renforcer le cœur de métier

# Gros plan sur l'expérience client

Par des produits simples et personnalisés et des processus optimisés, Helvetia améliore sans cesse l'expérience client dans les affaires non-vie.

**D**ans les affaires non-vie, Helvetia propose des solutions adaptées aux besoins de chaque groupe de clients. Les PME représentent un groupe de clients important, comme l'explique Tobias Struchen, responsable Clientèle d'entreprise Suisse, dans l'interview ci-contre. Helvetia leur propose des solutions sur mesure, permettant de couvrir simplement tous les principaux risques.

De plus, Helvetia fait progresser l'automatisation en Suisse et en Europe, avec notamment pour objectif de raccourcir les délais de traitement et d'améliorer l'expérience client.

▷ simple

## Une couverture complète pour les PME

Les PME souhaitent des assurances simples, mais personnalisées. L'assurance de commerce PME d'Helvetia englobe huit modules d'assurance qui peuvent être sélectionnés individuellement. *«Je ne souhaite assurer que le strict nécessaire car je ne veux pas payer pour ce dont je n'ai pas besoin. Avec l'assurance de commerce PME, j'ai pu moduler ma couverture d'assurance afin qu'elle soit taillée sur mesure pour mon entreprise»*, explique Marco Valetti, directeur de l'entreprise Valetti Bauunternehmung AG, à Windisch. Pour les besoins qui ne peuvent pas être couverts avec l'assurance de commerce PME, Helvetia propose des gammes de produits individualisées.

Grâce au nouveau produit Freedom of Service, les PME ayant une chaîne de création de valeur internationale peuvent couvrir à la fois les risques suisses et européens dans une seule police. Helvetia comble ainsi le vide qui existait dans l'offre entre, d'une part, les solutions nationales et, d'autre part, les programmes internationaux complexes avec plusieurs polices.

Avec la numérisation croissante, les PME sont elles aussi davantage exposées aux cyberattaques. La cyber-assurance dédiée aux PME couvre les dommages résultant d'atteintes aux données, aux logiciels et aux systèmes informatiques.

## Processus automatisés pour une meilleure expérience client

En faisant progresser l'automatisation, Helvetia raccourcit les délais de traitement et améliore l'expérience client en Suisse. Pour la réparation de sinistres de bâtiments, elle collabore par exemple avec la plateforme d'artisans JAROWA et peut ainsi, en cas de sinistre, chercher directement les bons artisans pour ses clients. Le client n'a alors plus qu'à convenir d'un rendez-vous avec l'artisan. Il n'est plus nécessaire de demander des devis, ni de clarifier quelles réparations sont couvertes. Ce nouveau processus est très bien accueilli par les clients, comme le montre l'exemple de Nicole Brunschwiler, qui a subi un dégât des eaux dans sa maison.



«[Après avoir déclaré le sinistre à Helvetia, je n'ai eu besoin de m'occuper de rien](#)», explique Nicole Brunschwiler. «[Nous sommes satisfaits des travaux réalisés et tout s'est déroulé sans le moindre souci.](#)»

Helvetia fait aussi avancer l'automatisation sur les marchés nationaux européens. Ainsi, la signature numérique a été introduite en Italie et en Espagne, ce qui permet des souscriptions dématérialisées. En Allemagne, l'accent a été placé sur l'automatisation du processus de traitement des sinistres avec, par exemple, le règlement automatique des sinistres en cas de bris de glaces ou la possibilité de vérifier les sinistres à l'aide d'outils numériques pour détecter une éventuelle fraude à l'assurance. Dans le cadre des déclarations de sinistres en ligne, l'ouverture du dossier de sinistre comprend en outre une vérification automatique de la couverture.



**Tobias Struchen**

Responsable Clientèle d'entreprise Suisse

### « Monsieur Struchen, pourquoi les PME sont-elles un important groupe-cible pour Helvetia en Suisse? »

Sur les quelque 580 000 entreprises enregistrées en Suisse, plus de 90 % ont moins de dix collaborateurs. Tout comme les particuliers, nos PME ne sont pas des spécialistes de l'assurance et ces produits ont peu d'intérêt à leurs yeux. C'est pourquoi la confiance envers les conseillers et la commodité sont déterminantes. Des processus et des produits simples et standardisés constituent des facteurs de réussite.

### Quels sont les besoins de couverture des PME?

Il est important que les entreprises connaissent leurs risques et examinent régulièrement leur situation en la matière. C'est la seule manière pour elles de bien évaluer les dangers potentiels et de prendre des mesures adaptées, allant de la prévention à la couverture des risques, par la souscription d'une assurance. En plus des risques physiques, tels que l'endommagement d'un bâtiment suite à un incendie, il existe de nouveaux risques dans le domaine de la sécurité des données (les cyberrisques) ou des risques liés à la chaîne de valeur ou à des prétentions en responsabilité civile.

### Qu'offre Helvetia aux PME et comment se démarque-t-elle de ses concurrents?

Selon moi, Helvetia se distingue par trois atouts majeurs: tout d'abord, la marque Helvetia, qui inspire la confiance et représente une garantie de compétence. Deuxièmement, nous sommes un assureur toutes branches et offrons aux clients une solution complète, simple et modulaire. Et enfin troisièmement, nos prestations de conseil et notre traitement de sinistres sont à la fois personnalisés et efficaces.

# Affaires vie.

Helvetia propose des assurances vie en Suisse, en Italie, en Allemagne, en Espagne et en Autriche. Avec une part de 77%, le marché domestique suisse constitue le principal marché. L'offre de produits inclut les assurances vie individuelles et collectives. La prévoyance professionnelle pour les PME représente l'une des plus importantes branches d'assurance, avec une part de 59% du volume vie total du Groupe. Cette activité est générée presque exclusivement en Suisse (à 97%), où Helvetia est devenue le troisième prestataire de solutions d'assurance LPP.

La capacité de rendement des affaires vie dépend de l'évolution actuarielle des risques, notamment des résultats des placements et des intérêts, et donc de la performance des marchés financiers. Le résultat des placements joue un rôle important dans la réalisation des rendements nécessaires afin de pouvoir remplir les prestations d'assurance à long terme. Par le passé, Helvetia est toujours parvenue à réaliser des rendements attrayants avec les capitaux employés. En 2018, malgré le faible niveau des taux, le Groupe a une nouvelle fois pu dégager des marges d'intérêt stables entre les revenus courants et les garanties données, ce dont ont profité les clients et les actionnaires. Grâce à ses solutions d'assurance vie flexibles, Helvetia offre une sécurité financière à chaque phase de la vie. Nos clients peuvent ainsi réaliser leurs projets et sont prêts à faire face aux imprévus.

## Produits Vie individuelle

### Traditionnels



Assurances risques, solutions d'épargne, de financement et de prévoyance avec garanties d'intérêt d'Helvetia

### Liés à des placements



Contrats d'assurance avec risque de placement chez le preneur d'assurance, chez Helvetia avec une couverture de risque adéquate ou chez des partenaires externes

### Dépôts



Contrats de placement (contrats sans risque actuariel significatif)

## Produits Vie collective

### Prévoyance professionnelle (LPP) (Suisse seulement)

#### Assurance complète par Helvetia Fondation collective

Tous les risques et prestations de la prévoyance professionnelle sont assurés et garantis par Helvetia Assurances. Prise en charge de toute l'administration. Offre pour les entreprises et les fondations propres.

#### Prévoyance des cadres

Solutions de prévoyance complémentaires et distinctes qui excèdent la part obligatoire.

#### Helvetia LPP Invest

Prévoyance professionnelle selon les besoins avec opportunité de rendement. Couverture des risques décès et invalidité par contrat d'assurance auprès d'Helvetia. Prise en charge de toute l'administration. Gestion des placements par la Fondation de placement d'Helvetia.

#### Assurances risques

Assurances risques et contrats de risque forfaitaire pour fondations de prévoyance en faveur du personnel partiellement autonomes. Prise en charge de toute l'administration.

#### Fondations Swisscanto

Œuvre commune d'Helvetia Assurances et de l'Union des Banques Cantonales Suisses, les Fondations collectives Swisscanto proposent des produits et services de prévoyance professionnelle et de prévoyance complémentaire. Placement de l'épargne par le biais des banques cantonales; assurance des risques décès et invalidité par Helvetia. Distribution par les banques cantonales et les courtiers. La Fondation de libre passage Swisscanto gère les comptes de libre passage des clients des banques cantonales qui n'exploitent pas leur propre fondation de libre passage. Helvetia gère les agences des trois fondations.

#### Helvetia Fondation de placement

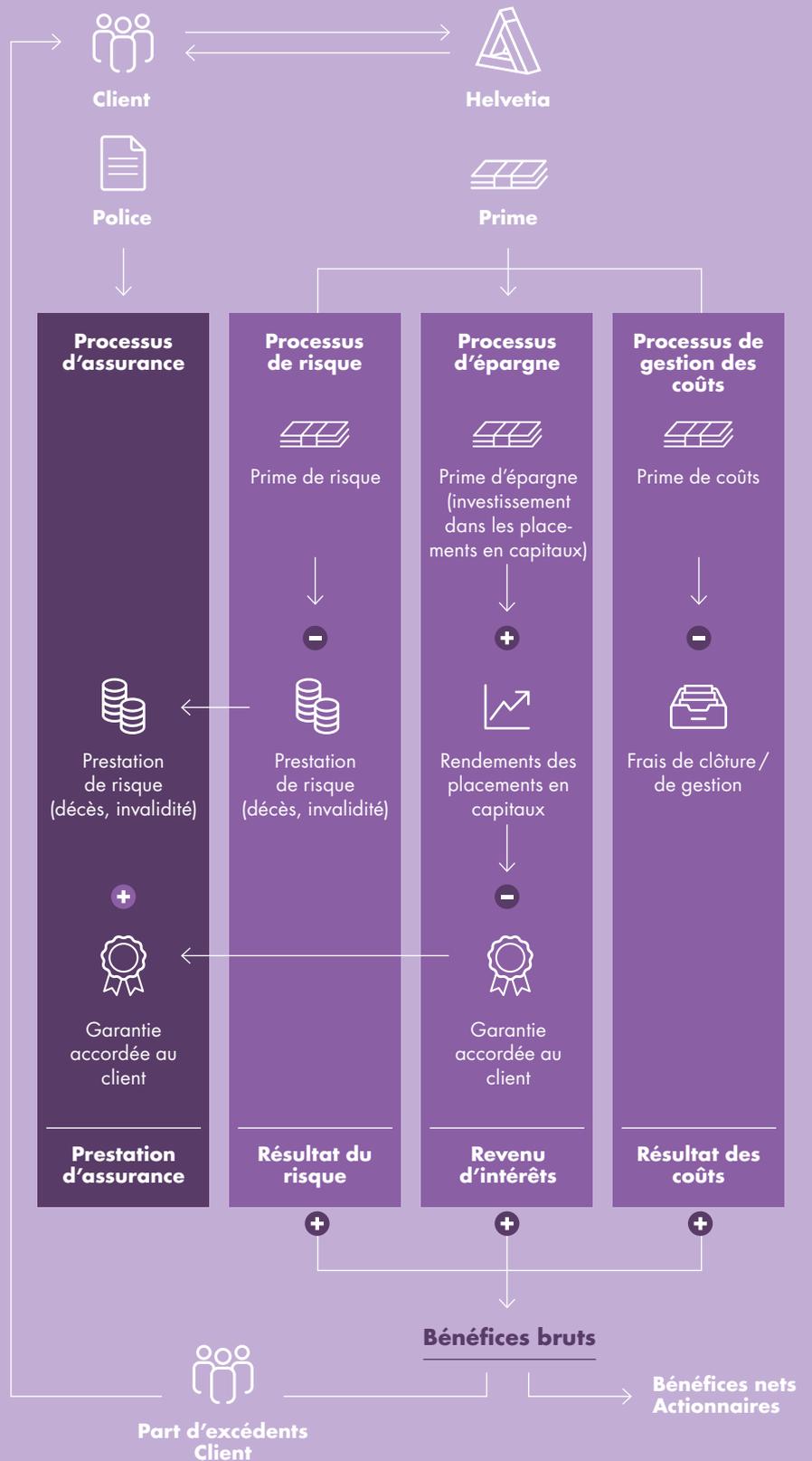
Placement et gestion collectifs des avoirs de prévoyance confiés. Spécialisation dans les produits de placement indexés et Core-Satellite et les placements immobiliers.

#### Helvetia Consulta AG

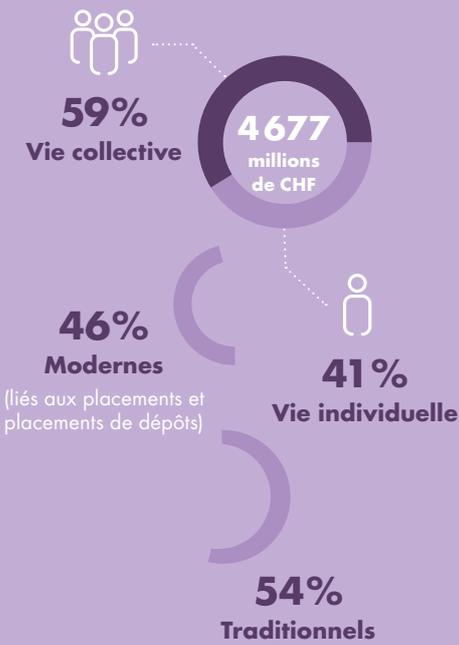
Réalisation d'analyses et d'expertises, calculs IAS 19, prise en charge de la gestion technique de caisses de pension. Conseils et prestations complets pour les fondations de prévoyance du personnel.

CH	DE	IT	ES	AT
•	•	•	•	•
•	•	•	•	•
•	•	•	•	•

## Comment fonctionne l'assurance vie?



### Volume d'affaires 2018 par domaine d'activité



### Primes par segment





# Des innovations dans l'assurance vie

L'orientation client visée avec la stratégie *helvetia 20.20* transparaît de plus en plus aussi dans la branche vie, qui mise sur des couvertures simples, flexibles et numériques.

**D**ans les affaires vie, les clients souhaitent non seulement des produits d'assurance classiques, mais aussi des solutions flexibles et des possibilités de souscription entièrement numériques. L'assurance décès de Smile ou, en Espagne, la couverture décès, qui utilise un assistant virtuel, sont des exemples actuels montrant comment la numérisation permet de répondre à ces exigences.

Dans l'environnement actuel de faibles taux d'intérêt, il existe un fort besoin de meilleurs rendements dans les produits de prévoyance. C'est pourquoi Helvetia met dès à présent à disposition en Suisse son expertise de placement acquise par le biais de ses propres fonds. Les clients ont ainsi accès à des produits de placement qui étaient jusqu'ici réservés aux seuls investisseurs institutionnels, et ils profitent des 160 années d'expérience d'Helvetia.

Ces exemples montrent que dans la branche vie aussi, Helvetia met systématiquement en œuvre sa stratégie, renforçant ainsi son cœur de métier, et qu'elle utilise de manière ciblée des innovations.

**helvetia 20.20**

**Nouveaux modèles d'affaires**

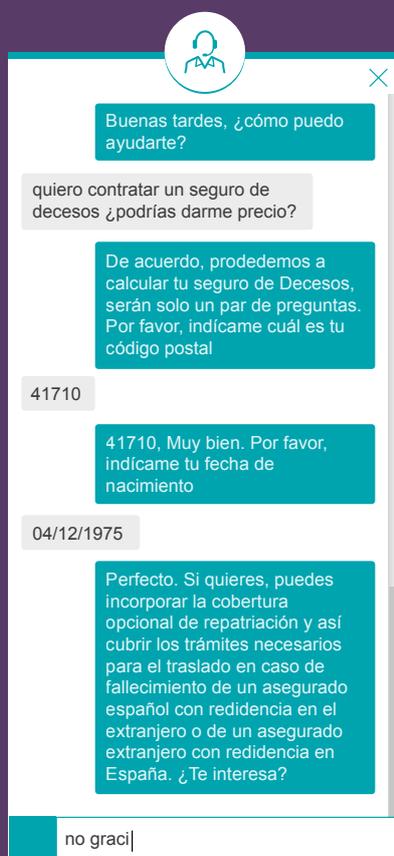
▷ simple

## Smile numérise l'assurance décès

Fin 2018, Smile, l'assureur direct suisse d'Helvetia, a simplifié considérablement la souscription aux assurances décès. Les clients peuvent désormais souscrire une assurance décès en quelques clics et sans signature. Les décisions de souscription et d'acceptation sont entièrement numérisées et sont adoptées directement en ligne dans le processus d'offre. La couverture décès proposée se distingue par sa tarification simple et sa grande souplesse. Si les besoins de couverture évoluent, le contrat peut être résilié ou ajusté au bout d'un an. Cette nouvelle assurance décès offre ainsi une solution simple et équitable aux clients.



## Un chatbot comme agent d'assurance virtuel en Espagne



En Espagne, les assurances décès, c'est-à-dire les couvertures des coûts en cas de décès, représentent un important pilier de l'assurance vie. Dans ce domaine, Helvetia emploie depuis peu un agent d'assurance virtuel, qui répond aux questions posées par les clients sur le produit et calcule les primes. Utilisant l'intelligence artificielle, ce chatbot a été formé pour répondre aux questions potentielles et se perfectionne à chaque interaction avec un client. Il peut aussi bien communiquer avec le client par des messages vocaux que par des messages écrits. Les feedbacks que nous recevons sur cette nouvelle offre de conseil sont très positifs.



**Reto Keller**  
Responsable de la division  
Prévoyance privée Suisse

” **Monsieur Keller, Helvetia propose désormais à ses clients des prestations complémentaires, par exemple des compétences dans la gestion des actifs. Que faites-vous précisément dans ce domaine?**

Nous avons lancé nos propres fonds avec différents profils de risque et différentes quote-parts d'actions. Ces fonds sont gérés par Helvetia Asset Management. Nos clients privés peuvent ainsi profiter de nos 160 années d'expérience en matière de placements. Jusqu'à présent, seuls les clients institutionnels pouvaient en bénéficier.

**Quelle valeur ajoutée générez-vous ainsi concrètement pour vos clients?**

Nos clients peuvent acquérir les fonds Helvetia Allegra en fonction de leurs besoins, dans le cadre d'une assurance vie ou sans assurance, dans le compte de fonds. Nos fonds se distinguent par leur structure de coûts transparente et leurs faibles frais de gestion. Les périodes de faibles taux d'intérêt – voire de taux négatifs – sont particulièrement propices pour l'épargne en fonds. Des analyses montrent qu'un horizon de placement à long terme est synonyme de bons rendements.

**Quels sont les avantages de ces nouveaux fonds pour Helvetia?**

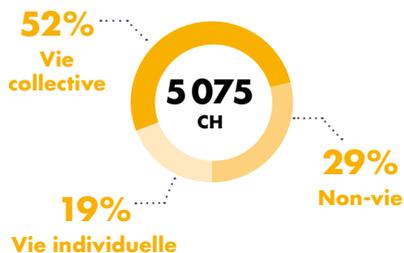
Nos gestionnaires de portefeuilles hautement qualifiés investissent directement l'argent de nos clients en appliquant les principes fondamentaux d'Helvetia. Nous pouvons intégrer plus rapidement les exigences des clients et les développements de produits dans nos fonds. Et nous répercutons sur nos clients les avantages de coûts qui découlent de la gestion interne.

# Segment Suisse.



Helvetia est le premier assureur suisse toutes branches en Suisse. Le marché national, stable et rentable, constitue le fondement solide du développement du Groupe. Helvetia offre des prestations d'assurance à une clientèle privée ainsi qu'à des petites et moyennes entreprises. Nous avons un large réseau de distribution, avec des partenaires solides. Avec Smile, nous disposons d'une assurance en ligne très bien établie sur le marché. Une autre de nos filiales, MoneyPark, est le plus grand courtier hypothécaire indépendant de Suisse. Helvetia représente un partenaire important pour les entreprises de Suisse; en collaboration avec Swissscanto par exemple, nous sommes un prestataire majeur de la prévoyance professionnelle (LPP), donc des affaires collectives vie. Grâce à notre bon positionnement sur le marché dans les affaires vie et les assurances choses, nous sommes un partenaire solide, aussi bien pour les clients privés que professionnels. Avec notre offre étendue, nous voulons donner de nouvelles impulsions, notamment dans l'activité avec les PME.

## Volume d'affaires (en mio de CHF)



## Résultat IFRS (en mio de CHF)



## Ratio combiné net

# 82,7%

## Marge des nouvelles affaires

# 1,4%

## Canaux de distribution



Propre service externe

Agents

Courtiers

Partenaires

Raiffeisen, Swissscanto, Vontobel

Vente directe / nouveaux médias

online@helvetia, Smile

\* comprend les pertes Corporate de 42 millions de CHF

▷ simple

Non-vie Suisse

## Etre présents là où naît un besoin d'assurance

En Suisse, Helvetia mise sur l'omnicanal et a notamment développé en 2018 le canal B2B2C. Dans certains domaines, les clients peuvent assurer directement le produit acheté chez le distributeur spécialisé et Helvetia obtient ainsi accès à un grand nombre de nouveaux clients. Cela contribue à renforcer le cœur de métier, l'une des priorités de la stratégie *helvetia 20.20*. Sur le plan technologique, Helvetia mise sur la start-up INZMO, dans laquelle son Venture Fund a pris une participation en 2017. INZMO a entièrement numérisé le processus d'assurance, de la souscription au règlement des sinistres. L'entreprise Vesto AG, l'un des plus grands détaillants du domaine du cyclisme de Suisse orientale, a ainsi recours à INZMO. Elle offre à sa clientèle une assurance tout risque ainsi qu'une prolongation de garantie pour tous les vélos et vélos électriques d'un prix de vente dépassant 5 000 francs.

*«Avant, je devais inscrire les ventes dans un fichier Excel et remettre les CGV au client. Maintenant, je peux tout saisir dans l'outil d'INZMO et le client reçoit l'intégralité des documents sur son portable»,* se félicite Urs Keller, propriétaire de l'entreprise Vesto AG. Et ce n'est pas tout: *«Je peux aussi déclarer un sinistre très facilement, directement via INZMO. Le règlement est alors très rapide. Je travaille avec INZMO parce que c'est tellement facile.»*

helvetia 20.20

Renforcer le cœur de métier

▷ simple

Vie Suisse

## Enthousiasmer avec des produits sur mesure



**Kai-Peer Diener**

Responsable Développement et marketing produit

” Dans les affaires vie, vous voulez aussi proposer des produits simples aux clients.

**Comment savez-vous ce que souhaitent vos clients?**

Pour mieux comprendre les besoins des clients, nous effectuons régulièrement des enquêtes clients. Celles-ci ont montré qu'ils souhaitent une solution de prévoyance souple, pouvant être financée périodiquement, et avec des versements garantis. Jusqu'à présent, une telle solution n'existait pas sous forme de produit de capitalisation lié aux participations sur le marché suisse. Nous avons comblé cette lacune en lançant le plan de versement d'Helvetia.

**Comment vos clients en profitent-ils?**

Grâce à des versements réguliers, garantis, nos clients ont une sécurité de planification optimale pour financer un départ à la retraite anticipé ou pour un revenu complémentaire fiable après l'activité lucrative. En plus, grâce à une sélection de stratégies de placement diversifiées, il est possible de participer à l'évolution des marchés et d'augmenter ainsi encore les versements garantis. Enfin, nos clients bénéficient d'une gestion de placement professionnelle et d'une alternative fiscalement attrayante à la rente de vieillesse classique, car l'imposition du rendement de la fortune est nettement plus avantageuse que l'imposition des retraites.

**Et quels sont les avantages pour Helvetia?**

Dans l'environnement actuel des taux d'intérêt, les affaires vie sont très difficiles. Beaucoup de clients ont du mal à trouver un produit qui correspond à leur profil de risque. Nous sommes convaincus d'être un partenaire attrayant pour nos clients grâce à nos produits innovants et simples et à nos solutions de prévoyance sur mesure. Et c'est aussi confirmé par le vif intérêt que suscite le nouveau plan de versement auprès de nos clients.

# Segment Europe.

Sur le segment Europe, Helvetia a également un positionnement cohérent. La marque « Helvetia » est représentée dans plusieurs pays. Comme en Suisse, l'accent est mis sur les affaires avec les clients privés ainsi que les petites et moyennes entreprises. Helvetia propose l'ensemble des produits non-vie sur le segment Europe; dans les affaires vie, elle se concentre sur la commercialisation de produits préservant le capital du fait du contexte des taux d'intérêt bas. Les activités dans les pays européens sont rentables. Le segment Europe contribue à la diversification régionale en réduisant la dépendance au marché suisse.

## Volume d'affaires (en mio de CHF)



## Résultat IFRS (en mio de CHF)



## Ratio combiné net

# 95,1%

## Marge des nouvelles affaires

# 2,1%

## Canaux de distribution

	AT	DE	IT	ES
<b>Propre service externe</b>	•			
<b>Agents</b>	•	•	•	•
<b>Courtiers</b>	•	•	•	•
<b>Partenaires</b>	3 partenaires bancaires	ARAG	25 Worksite Marketing Partners – 22 partenaires bancaires avec 1 500 succursales – 5 000 conseillers financiers	3 partenaires bancaires**
<b>Vente directe / nouveaux médias</b>		•		•

\* comprend les pertes Corporate de 42 millions de CHF

\*\* Helvetia Espagne a douze partenaires bancaires, dont trois génèrent un volume significatif

# L'Europe – un pilier important de la diversification



**Markus Gemperle**

Responsable de la division Europe

**” Helvetia réalise environ 27% de ses bénéfices d'exploitation sur les marchés étrangers. Pensez-vous que ces marchés renferment encore un plus grand potentiel?**

Durant l'exercice 2018, après l'application réussie des mesures d'intégration et d'assainissement, nous avons enregistré une croissance importante sur tous les marchés et continué d'améliorer très nettement notre rentabilité. Loin de copier les grandes entreprises, nous avons trouvé notre propre voie, que nous appelons « Helvetia Way »: nous nous concentrons sur nos forces, ce qui nous permet de poursuivre notre croissance sans réduire notre rentabilité. Le segment Europe distribue 50 % du résultat IFRS à Helvetia Holding AG et contribue ainsi durablement aux dividendes du Groupe. Le développement de ces dernières années nous rend confiant pour l'avenir.

## **Quelle est la clef de votre succès?**

Dans toutes les entités européennes, nous travaillons sans cesse sur l'amélioration des moyens d'accès aux clients, la qualité du service et les interfaces avec nos partenaires. Notre objectif est de fournir des services optimaux en termes d'efficacité et d'orientation client. Helvetia est connue en tant que partenaire fiable. Nous disposons d'une organisation

des ventes solide, que nous dotons d'éléments innovants et que nous orientons systématiquement vers l'omnicanal. Ce faisant, nous tenons compte des besoins locaux. Nous combinons des méthodes traditionnelles, physiques, à de nouvelles formes de distribution.

## **Comment se déroule la collaboration en Europe?**

Nous collaborons sur différents sujets, notamment sur le développement des compétences dans les domaines de la tarification, la gestion de portefeuille et la lutte contre les fraudes. Pour cela, nous avons aussi recours à l'intelligence artificielle. De plus, lorsque cela s'avère utile, nous adoptons une approche de développement de produit commune ou nous « multiplions » sur un autre marché des produits qui ont eu du succès dans un pays. Cela nous permet d'exploiter les synergies de manière ciblée et de poursuivre notre « Helvetia Way » en tenant compte des spécificités locales des marchés.

## **Comment la mise en œuvre de la stratégie progresse-t-elle à l'étranger?**

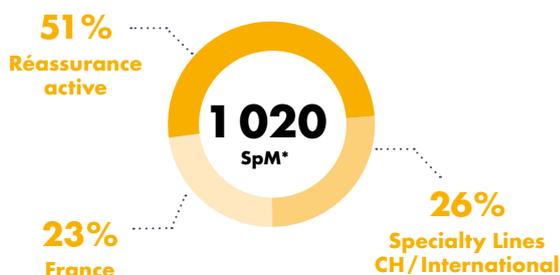
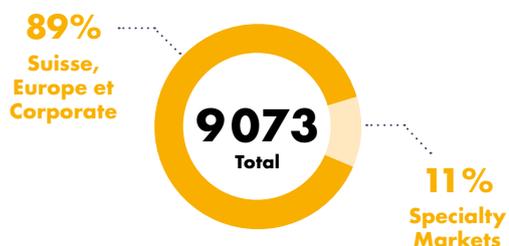
La mise en œuvre de la stratégie *helvetia 20.20* est un succès. En Espagne, nous avons récemment renforcé notre cœur de métier par une coopération commerciale avec un courtier en assurances spécialisé dans les motos. En Allemagne et en Autriche, nous avons renforcé notre coopération avec des agrégateurs comme Check24.de ou Durchblicker.at. Avec nos produits en ligne, nous couvrons le domaine important du B2C / B2B2C. L'innovation constitue une composante majeure de notre stratégie en Europe: nos clients en Espagne peuvent par exemple souscrire une assurance décès par chatbot (pour plus d'informations, cf. aussi le chapitre Assurance vie). En Italie, nous proposons des produits de niche comme les assurances de ski ou de voyage à la demande, sur une application, en seulement quelques clics.

# Segment Specialty Markets.



Le segment Specialty Markets poursuit une stratégie de niche sélective, qui lui confère une position forte sur le marché et lui permet d'apporter une précieuse contribution au bénéfice. Il contribue également à la diversification du Groupe. Le segment Specialty Markets regroupe trois volets importants: l'unité de marché Specialty Lines Suisse / International comprend les domaines Engineering (assurances techniques), Marine (transport) et Art, en Suisse et sur certains marchés internationaux comme l'Asie ou l'Amérique latine. L'unité de marché France fait office de spécialiste de l'assurance transport ciblée et occupe une excellente deuxième place sur le marché. Le segment Specialty Markets inclut également la réassurance active qui se distingue, en tant que prestataire de produits de niche, par des relations d'affaires de longue date, une politique de souscription rigoureuse ainsi qu'une forte diversification sectorielle.

## Volume d'affaires (en millions de CHF)

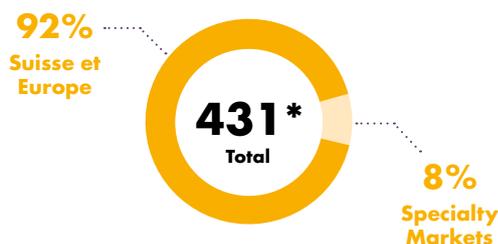


\* Specialty Markets

## Ratio combiné net

# 96,2%

## Résultat IFRS (en millions de CHF)



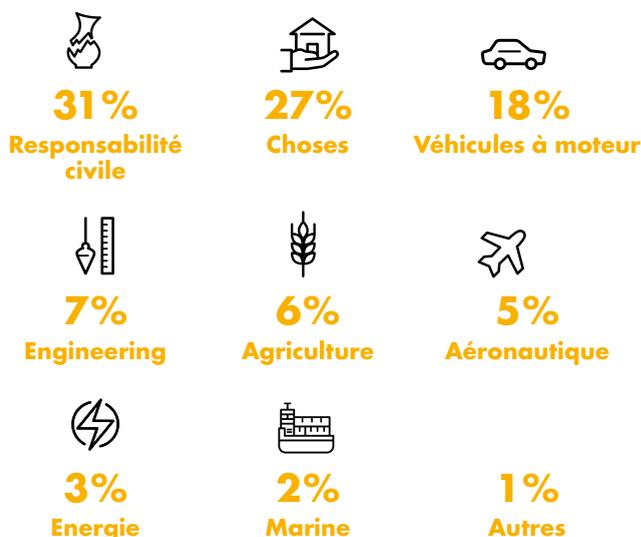
\* comprend les pertes Corporate de 42 millions de CHF

## Réassurance active

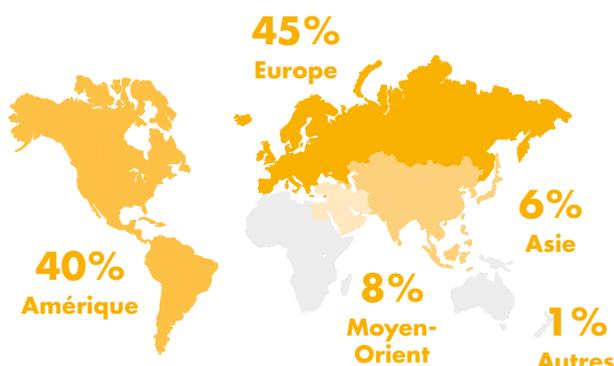


- Environ 300 clients
- Relations d'affaires étendues, très bonne qualité de l'activité réassurée décisive

### Diversification par domaine d'activité (2018)



### Diversification par région (2018)

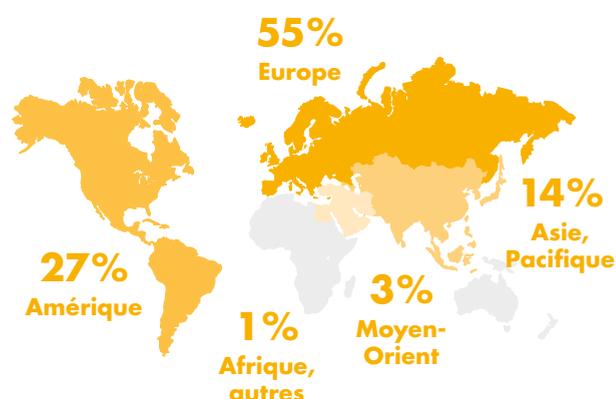


## Suisse et International

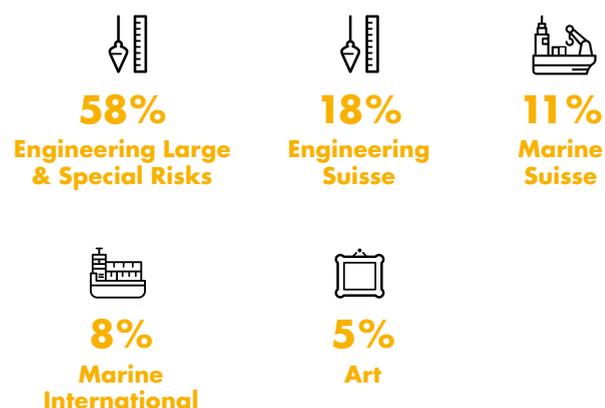


- Environ 43 000 clients
- Position de leader en Suisse, soutien de l'expansion mondiale de nos clients suisses, présence internationale, plusieurs succursales à l'étranger

### Diversification par région (2018)



### Diversification par domaine d'activité (2018)

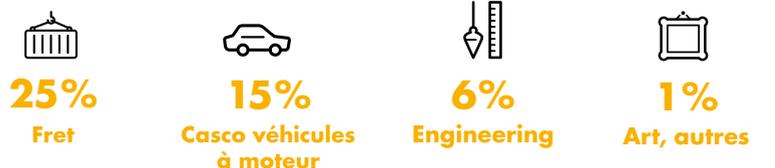


## France



- Environ 23 000 clients: clients privés, clients professionnels, PME et industrie
- Réseau de distribution performant avec 11 agences commerciales régionales et locales

### Diversification par domaine d'activité (2018)





Informations complémentaires sur le produit

# Intérêt croissant pour les cyber-assurances



**David Ribeaud**

Responsable de la division  
Specialty Markets

**” En 2018, Helvetia a lancé une cyber-assurance. Qu’offre-t-elle précisément à ses clients et quelle est la demande pour ce nouveau produit?**

Helvetia offre des couvertures complètes qui prennent en charge les coûts en cas de sinistres propres à la personne, de demandes en responsabilité civile de tiers et de litiges dans l’espace numérique. Avec notre solution, le client a aussi accès à un large réseau d’experts qui peuvent intervenir en cas de sinistre. Cela permet de réagir de manière rapide et professionnelle et de minimiser, par exemple, les risques de réputation et d’arrêt des systèmes. Nous constatons que nos clients sont de plus en plus intéressés par cette offre. L’année passée, une série de cyberattaques de grande envergure ont beaucoup fait parler d’elles, ce qui a sensibilisé davantage les PME à ce risque. Dans cet environnement, le lancement de notre produit a été une réussite.

**On a reproché au monde des assurances de ne répondre que timidement aux défis de la cybercriminalité. Quelles sont les difficultés à surmonter pour élaborer ces produits d’assurance?**

Les exigences et les besoins en matière de cyber-assurances sont relativement nouveaux par rapport aux solutions d’assurance classiques. A cela s’ajoute le fait que les cyberrisques évoluent en permanence. Cette évolution constante des risques, conjuguée à un rythme effréné d’adoption de nouvelles règles sur la protection des données et d’avancées technologiques, exige des produits inédits et adaptés. C’est la seule manière de répondre aux besoins d’assurance de nos clients.

**Une cyberattaque peut entraîner d’importants dommages. Par conséquent, il n’est pas facile de déterminer le risque pour les assurances. Comment Helvetia gère-t-elle cette difficulté?**

Nous avons développé une approche basée sur des scénarios afin d’évaluer les potentiels dommages cumulés et de nous réassurer en conséquence. Cependant, nos estimations comportent encore des incertitudes, qui sont dues notamment au progrès fulgurant des technologies, à la forte croissance de la cybercriminalité ainsi qu’à l’évolution constante de la prise de conscience du risque par les victimes potentielles. Cela représente un défi majeur pour Helvetia et pour tout le secteur de l’assurance. Un défi auquel nous nous attelons toutefois avec engagement et détermination, dans l’intérêt de nos clients.



# Chez Helvetia, la Corporate Responsibility est un projet commun.

Le développement de la Corporate Responsibility est exigeant, mais il se déroule avec agilité. Helvetia entend créer durablement des valeurs pour ses clients, ses actionnaires et ses collaborateurs tout en apportant une contribution à l'environnement et à la société. En 2018, elle a atteint bon nombre de ses objectifs, comme l'explique Kristine Schulze, responsable Corporate Responsibility dans l'interview ci-dessous.



**Kristine Schulze**

**Responsable Corporate Responsibility**

## ” Quelles ont été vos réussites concrètes pendant l'année 2018?

Début 2018, Helvetia a adhéré au Pacte mondial des Nations Unies. Ainsi, nos décisions en matière de gestion des placements, d'assurance et d'approvisionnement reposent encore davantage sur des critères environnementaux, sociaux et de gouvernance. En outre, nous avons amélioré la crédibilité et la transparence de notre reporting. Helvetia est devenue

climatiquement neutre. En tant qu'entreprise, employeur et partenaire de site, nous nous sommes par ailleurs rapprochés de notre environnement.

## Comment Helvetia y est-elle parvenue?

Ces réussites ont été possibles grâce au travail engagé de nombreux collègues. Chez Helvetia, la Corporate Responsibility est un projet commun. Pour exister aux yeux de nos parties prenantes, comme nos collaborateurs, nos clients et nos actionnaires, nous devons traiter une multitude de thèmes de front et promouvoir une culture ouverte du débat. Nous y parvenons car nous considérons que nos activités et notre responsabilité d'entreprise forment un tout. Cette responsabilité est profondément ancrée dans le quotidien des entreprises de tous les pays et de tous les domaines d'entreprise. Nous avons pour cela aussi notre CR Advisory Board, qui se compose de membres du monde entier. Il existe depuis six ans et pilote toutes les activités relatives au développement durable chez Helvetia.

### **Comment la Corporate Responsibility s'organise-t-elle chez Helvetia? Quel rôle joue le CR Advisory Board dans sa mise en œuvre?**

Les membres de cet organe intersectoriel viennent de tous les marchés nationaux d'Helvetia et représentent différents domaines d'entreprise. Ils garantissent ainsi une coordination étroite et un traitement rapide des sujets relevant de la Corporate Responsibility. En tant que représentants des Comités de direction des pays et dirigeants expérimentés, ils connaissent les spécificités locales et épaulent l'équipe CR grâce à leur savoir et à leur expérience. De cette manière, nous nous assurons que les objectifs de CR sont en adéquation avec le cœur de métier d'Helvetia. De plus, tous les pays peuvent profiter les uns des autres lorsqu'il s'agit de développer des idées de gestion durable.

## **Corporate Responsibility Faits marquants en 2018**

### **Assurance durable**

En Autriche, Helvetia lance avec l'assurance vie «FairFuture Lane» une police liée à des fonds qui se base exclusivement sur des «Impact Investments» (investissements à impact élevé). Elle complètera l'offre de produits dès le début 2019.

S'agissant de son engagement de CR, Helvetia a une image de «solid performer» et elle est à nouveau représentée en 2018 dans les indices FTSE4Good Global et FTSE4Good Europe.

### **Entreprise digne de confiance**

Helvetia adhère au Pacte mondial des Nations Unies et s'engage à respecter dix principes de développement durable ayant trait aux droits de l'Homme, au travail, à l'environnement et à la lutte contre la corruption.

Helvetia devient climatiquement neutre et, pour compenser ses émissions de CO<sub>2</sub> inévitables, investit dans des projets de protection climatique triés sur le volet, qui remplissent des standards reconnus dans le monde entier.

### **Employeur attrayant**

En Suisse, Helvetia lance un projet pilote de volontariat basé sur les compétences pour ses collaborateurs. Ceux-ci peuvent ainsi mettre leur savoir-faire professionnel au service d'organisations d'utilité publique pendant une durée maximum de cinq jours, sur leur temps de travail.

A ses sièges principaux en Suisse, Helvetia fournit gratuitement de l'électricité à tous ses collaborateurs pour leur permettre de recharger leurs véhicules électriques et ainsi promouvoir une mobilité durable de ses pendulaires.

### **Partenaire de site engagé**

En Allemagne, Helvetia investit dans la construction d'immeubles. Avec 44 unités d'habitation, nous créons à Hambourg des espaces de logement familiaux bon marché et adaptés aux personnes en situation de handicap.

Le Prix alpin de la forêt protectrice Helvetia, qui distingue des projets exemplaires en faveur de la forêt protectrice, a été décerné pour la cinquième fois en 2018. Cette année, Helvetia a lancé son 35<sup>e</sup> projet dédié à la forêt protectrice dans l'espace alpin européen.

Projets de numérisation d'Helvetia

# Préserver l'art et le redécouvrir.



Helvetia soutient quatre musées suisses dans la numérisation d'œuvres sélectionnées. Les œuvres d'art sont ainsi conservées sous forme numérique. Par ailleurs, cette forme de présentation permet de nouveaux formats d'exposition.

**H**elvetia Assurances soutient quatre musées d'art suisses dans la numérisation d'œuvres sélectionnées. Avec l'aide d'Helvetia, le Musée Kirchner de Davos numérise plus de 160 carnets contenant au total environ 11 000 croquis réalisés par l'artiste Ernst Ludwig Kirchner. Le Musée d'art de Lucerne convertit lui aussi de nombreux travaux vidéo d'artistes des années 60 et 70 en formats numériques. Avec la technique actuelle, il n'était presque plus possible de les montrer. Avec l'aide d'Helvetia, le Musée d'art de Berne scanne, grâce à un scanner haute définition, des œuvres de Meret Oppenheim et sauvegarde ainsi des informations sur l'état des œuvres au moment de la numérisation. Le quatrième projet consiste à scanner les principales pièces du Kupferstichkabinett (cabinet des arts graphiques) du Musée d'art de Bâle.

Par son engagement, Helvetia contribue à la préservation et à l'accessibilité au public d'œuvres d'art. En tant qu'assureur d'œuvres d'art, Helvetia s'est aussi fixé comme objectif de préserver les

œuvres pour les générations futures. Ces projets de numérisation succèdent à des projets de restauration et de conservation qu'Helvetia et, auparavant déjà, Nationale Suisse avaient menés avec notamment la Fondation Beyeler, le Kunsthaus Zürich et le Musée d'art de Lucerne.

Pour clôturer chaque projet, une exposition sera montée avec les œuvres numérisées. Les premières expositions seront inaugurées cette année au Musée d'art de Lucerne et au Musée Kirchner de Davos. Fanni Fetzer, directrice du Musée d'art de Lucerne, évoque ce projet innovant: «Le fait qu'Helvetia ait soutenu la numérisation de notre collection de médias, un projet plutôt inhabituel et avant-gardiste, est tout à son honneur.» Dolores Mark, directrice du Musée Kirchner de Davos, souligne un avantage fondamental des œuvres numérisées: «Le projet de numérisation soutenu par Helvetia ouvre des possibilités inédites de découvrir l'art de manière différenciée et dans le monde entier. La numérisation est particulièrement pertinente dans le cas des carnets de croquis de Kirchner. Sous forme matérielle, comme par le passé, et dans la présentation du musée, les visiteurs ne pouvaient voir que les deux pages auxquelles un carnet était ouvert. Désormais, ils peuvent feuilleter virtuellement tout le carnet.»



### Engagement d'Helvetia en faveur de l'art

Les projets de numérisation font partie de l'engagement d'Helvetia en faveur de l'art. En tant que plus grand assureur d'œuvres d'art, Helvetia collectionne des œuvres d'art et soutient l'art et les artistes. Sa collection d'art contemporain suisse compte parmi les plus importantes en son genre. Le Prix d'art Helvetia soutient les jeunes artistes en début de carrière.



### La photo de couverture «KLEINOLGA» de l'artiste Olga Titus

L'artiste de Suisse orientale Olga Titus (née en 1977) vit et travaille à Winterthur. Son monde est bariolé et orné de couleurs voyantes. Du fait de ses racines multiculturelles (suisse, indiennes et malaisiennes), ses travaux tournent autour des questions d'identité et d'empreinte culturelle. Véritable «pie numérique», elle parcourt Internet et crée, dans ses photomontages, un mélange d'images chatoyantes inspirées du

folklore, de l'exotisme Bollywoodien, de la publicité et de l'esthétique des jeux vidéo. Ce faisant, elle jongle joyeusement avec les conventions de l'autoreprésentation et crée un cosmos d'images presque infini, à connotation orientale.

[www.olgatitus.com](http://www.olgatitus.com)

Lors des expositions des œuvres numérisées, les visiteurs peuvent non seulement admirer les œuvres à proprement parler, mais aussi découvrir une nouvelle forme de présentation. Toutefois, cette nouveauté soulève aussi ses propres questions, comme l'explique Fanni Fetzer: «Comment faut-il montrer une œuvre vidéo si les charmants écrans cathodiques ne fonctionnent plus? Si les bruits de l'appareil de lecture disparaissent, devons-nous céder à la nostalgie et ajouter artificiellement les grésillements et les scintillements ou les abandonner?»

## Expositions de clôture des projets de numérisation en 2019

### Vom Band zum Byte

Numérisation de l'art vidéo

Du 14 septembre au 24 novembre 2019  
Musée d'art de Lucerne



### Kirchner Digital

Les carnets de croquis d'Ernst Ludwig Kirchner du Musée Kirchner de Davos

Du 24 novembre 2019 au 25 avril 2020  
Musée Kirchner de Davos



# Examen des modèles comportementaux – penser différemment et essayer de nouvelles choses.

Chez Helvetia, nous ne recherchons pas des personnes lisses. Nous voulons des personnalités authentiques, qui mettent du cœur à l'ouvrage, avancent avec audace et n'ont pas peur de faire face à des vents contraires de temps à autre.



**Roland Bentele**

Responsable Ressources humaines

” **Monsieur Bentele, Helvetia a lancé en septembre 2018 sa nouvelle image d'employeur appelée « &C'est parti. ». De quoi s'agit-il?**

La nouvelle image d'employeur « &C'est parti. » est le fruit de la mise en œuvre systématique de notre stratégie *helvetia 20.20*. Au total, près de 1 500 collaborateurs du Groupe Helvetia ont participé à l'élaboration du contenu de ce positionnement. Visuellement, 26 membres de notre personnel donnent un visage à cette campagne à l'échelle du Groupe. D'une part, « &C'est parti. » comporte des caractéristiques identitaires, qui ont fait notre force en tant qu'entreprise et dont nos collaborateurs sont fiers. Nous voulons préserver cette identité. D'autre part, « &C'est parti. » contient des caractéristiques comportementales que nous souhaitons encore plus développer et ancrer à l'avenir. Pour cela, nous associons étroitement « &C'est parti. » à notre projet culturel afin d'accompagner ce changement.



**A quoi ressemblera la culture d'Helvetia demain? Quelles sont les prochaines étapes?**

Au fur et à mesure que notre entreprise progresse, notre mode de pensée et d'action doit aussi évoluer. Lors des Helvetia Future Days qui ont eu lieu en mars 2018, quelque 2 000 collaborateurs ont débattu de l'identité actuelle et future d'Helvetia. Leurs discussions ont porté sur ce que l'agilité, l'innovation et l'orientation client signifient pour le travail quotidien et la manière dont nous pouvons tester de nouvelles choses. De petites expériences nous ont déjà permis d'identifier certains modèles comportementaux, et de faire ainsi éclore une autre façon de penser dans différents domaines. En outre, des collaborateurs ont exprimé à plusieurs reprises le souhait de découvrir Helvetia à partir de nouvelles perspectives. Avec le format « Changement de perspectives », Ralph Jeitziner, responsable des ventes et membre de la Direction du Groupe, a vécu cette aventure durant l'automne 2018: pendant deux mois, il a installé son

poste de travail au Service Center d'Helvetia. Nous avons besoin de chacun de nos collaborateurs pour ce processus de changement et mettons pour cela les plateformes et outils adaptés à leur disposition.

### Un autre sujet important des RH est la mise en place d'un tableau de bord des indicateurs clés de performance (KPI). De quoi s'agit-il?

Le tableau de bord des KPI RH permet de mesurer les orientations stratégiques et les objectifs à long terme qui ont été définis dans la stratégie RH et le positionnement en tant qu'employeur. Il permet de formuler des informations pertinentes pour le pilotage du Groupe sur le travail des RH.

Les chiffres du tableau de bord sont toujours considérés et analysés en fonction du contexte. Analyser un chiffre de façon isolée ne nous est d'aucune aide. Le constat que nous avons, par exemple, trop peu de femmes dans les catégories de fonction élevées ne peut aboutir à un progrès que si d'autres conditions sont remplies. Pour pouvoir tirer une conclusion fondée, nous devons aussi regarder combien de femmes nous embauchons, ce que nous investissons dans leur développement et pourquoi nous les perdons. Seules ces possibilités d'analyses permettent d'étudier des rapports de causalité complexes et de les intégrer dans des décisions stratégiques. En cas d'écarts indésirables par rapport à la valeur-cible, des mesures adéquates peuvent être engagées immédiatement et précisément là où elles sont nécessaires, dans toute l'entreprise. Les RH revêtent alors une dimension factuelle et les données des collaborateurs constituent une base essentielle de nos stratégies d'entreprise.

### Nombre de collaborateurs à temps complet (FTE) selon les normes de la GRI<sup>1</sup>

Suisse (y compris Corporate)	2018	3 542
	2017	3 499
Europe	2018	2 548
	2017	2 565
Specialty Markets	2018	534
	2017	528

<sup>1</sup> La définition des indicateurs, conforme à la Global Reporting Initiative (GRI), prend en considération l'ensemble des collaborateurs (contrats à durée déterminée et indéterminée). Les collaborateurs en formation ne sont pas pris en compte ici mais sont inclus dans un autre indicateur.

### Service interne

5 027

### Temps plein

5 791

### Service externe

1 597

### Temps partiel

833

### Age moyen



### Apprentis

2018	321
2017	284



# Gestion de l'actif et du passif – une stratégie de placement éprouvée.

La stratégie de placement d'Helvetia repose sur un concept de l'actif et du passif bien rôdé. Ralph-Thomas Honegger, responsable Placements, explique dans l'interview ci-après comment Helvetia veille à ce que les hautes exigences de sécurité de l'activité d'assurance soient respectées tout en tenant compte des attentes des différentes parties prenantes en matière de rendement.



**Ralph-Thomas Honegger**

Responsable de la division Placements (CIO)

## ” Ralph-Thomas Honegger, quelle stratégie de placement poursuit Helvetia?

Notre politique de placement est alignée sur les engagements résultant de nos affaires d'assurance. Ce que nous appelons la « gestion de l'actif et du passif » consiste, pour l'essentiel, à couvrir les promesses de paiement vis-à-vis de nos clients résultant de l'activité d'assurance au moyen de rendements de placements adéquats. Dans ce contexte, les dates d'échéance de ces engagements jouent un rôle important. Autrement dit, notre objectif est d'optimiser la concordance entre les échéances des placements et des engagements. Cela vaut plus particulièrement pour l'assurance vie, où les contrats portent généralement sur de très longues durées.

De plus, nous diversifions les portefeuilles de placement en choisissant des catégories de placement et des sources de revenus différentes. Nous contrôlons notre risque de placement en combinant des placements à faible risque, tels que les emprunts et les hypothèques de qualité, à des instruments présentant plus de risques mais un meilleur rendement, comme les biens immobiliers, les actions, les obligations d'entreprises et les obligations en devises. Parallèlement, nous réalisons ainsi des rendements attrayants pour nos clients et nos actionnaires. Notre portefeuille immobilier de qualité est parfaitement adapté aux engagements résultant de l'activité d'assurance, grâce aux revenus locatifs attrayants et stables sur le long terme, mais aussi à la valeur durable des placements.

## Quelles sont les conséquences de l'actuel faible niveau des taux d'intérêt?

La persistance du faible niveau des taux d'intérêts représente un défi de taille, en particulier pour l'assurance vie. Afin d'éviter le plus possible les intérêts négatifs des obligations en francs suisses, Helvetia a accru la diversification de son portefeuille obligataire et investi davantage dans les emprunts à taux fixes en euros et en dollars américains, qui présentent un meilleur rendement. Les risques de devises ont été couverts à un degré élevé.



En outre, nous avons élargi le spectre de placement et développé notre engagement dans les emprunts d'entreprise. Ce faisant, nous imposons des exigences élevées quant à la qualité des contreparties et exigeons au minimum une notation BBB. Nous évitons les gros risques par une répartition rigoureuse et une limite de placement auprès de chaque débiteur. Enfin, une nouvelle catégorie de placement a été ouverte avec Private Debt.

**Quels critères Helvetia applique-t-elle pour sélectionner ses investissements? Le développement durable joue-t-il un rôle?**

En tant que grande entreprise d'assurance européenne et investisseur institutionnel, nous avons pleinement conscience de notre responsabilité écologique, sociale et économique. Outre les facteurs financiers traditionnels, nous tenons donc compte, de plus en plus, des critères dits ESG dans nos décisions d'investissement. Nous sommes convaincus qu'investir durablement sera bénéfique aussi bien pour nos clients que pour nos actionnaires, en particulier dans l'activité de prévoyance axée sur le long terme.

Pour les biens immobiliers, nous misons depuis longtemps déjà sur les modes de construction respectueux de l'environnement et efficaces sur le plan énergétique. En règle générale, nous visons un label de développement durable reconnu aussi bien pour les nouvelles constructions que pour les

assainissements de grande envergure. Nous analysons régulièrement nos portefeuilles de titres à la lumière de critères ESG. Ces analyses constituent la base d'améliorations ciblées de la situation initiale, qui est déjà bonne aujourd'hui.

**Quelles seraient les conséquences d'une augmentation des taux d'intérêts sur l'activité de placement d'Helvetia?**

Une augmentation des taux d'intérêts n'aurait pas une grande influence sur le comportement de placement d'Helvetia. Comme je l'ai expliqué, dans le cadre de l'approche de l'actif et du passif, les placements en capitaux sont fonction des engagements résultant de l'activité d'assurance. Cela vaut aussi bien pour les phases à faible taux que pour celles à taux élevé.

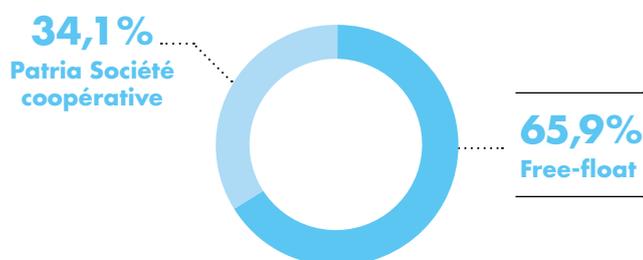
Cependant, une augmentation des taux d'intérêts entraînerait à court terme un effet comptable négatif selon les normes de présentation des comptes IFRS. Etant donné que les engagements à long terme et les garanties d'intérêt de l'activité d'assurance vie impliquent que les titres à taux fixe soient, pour la plupart, détenus jusqu'à l'échéance, il ne s'agit néanmoins que d'effets provisoires, qui se relativisent au fil du temps. Parallèlement, une augmentation des taux d'intérêts entraînerait aussi une hausse des rendements des placements, ce qui renforcerait l'attrait de l'activité d'assurance.

# Actionnariat.

Helvetia est pleinement consciente de ses responsabilités vis-à-vis de ses bailleurs de fonds et oriente sa politique actionnariale sur les relations à long terme avec les investisseurs. Nous agissons dans un esprit de fiabilité, de durabilité et de sérieux et nous communiquons toujours en temps utile, ouvertement et de manière compréhensible. Pour garantir la liquidité de l'action sur le marché des capitaux, nous avons pour objectif un free-float de plus de 60%. En tant qu'actionnaire clé, Patria Société coopérative (34,1%) est garante de stabilité et assure à Helvetia une marge d'action stratégique. Le free-float s'établit à 65,9%. Au 31 décembre 2018, Helvetia comptait 16 104 actionnaires. En fin d'année, les collaborateurs et la Direction détenaient 1,28% du capital-actions inscrit, environ 0,16% de ces titres étant détenus par les membres du Conseil d'administration et du Comité de direction du Groupe Helvetia.

## Structure des actionnaires

(sans les actions non enregistrées)



## Free-float par provenance



## Free-float par catégorie d'investisseurs



# Politique de dividendes.

Helvetia poursuit une politique durable en matière de dividendes, avec des dividendes attractifs et stables. Grâce à notre orientation commerciale sur le long terme et à notre gestion efficace du risque, nous réduisons les risques pour les investisseurs et les clients avec une croissance systématique, une rentabilité durable et une minimisation de la volatilité du résultat. L'objectif premier est de verser chaque année aux actionnaires un dividende durable dont le montant absolu augmente, avec une quote-part de distribution comprise entre 40 et 50%. Pendant l'actuelle période stratégique, il est prévu de verser plus d'un milliard de francs suisses cumulé aux actionnaires.

**Capitalisation  
boursière  
en mio de CHF  
5713,5**

## Evolution des dividendes

Quote-part de distribution / rendement du dividende

2018 <sup>1</sup>	n.a. <sup>2</sup> / 58% <sup>3</sup>	4,2%
2017	47% <sup>2</sup> / 59% <sup>3</sup>	4,2%
2016	44% <sup>2</sup> / 58% <sup>3</sup>	3,8%
2015	45% <sup>2</sup> / 66% <sup>3</sup>	3,4%
2014	44% <sup>2</sup> / 47% <sup>3</sup>	3,8%

## Action Helvetia

Symbole ticker	HELN
Valeur nominale	CHF 0.10
Valeur	1 227 168
Cotation	SIX

## Encours d'emprunts

	Volume d'émission	Taux d'intérêt	Durée	Année d'émission
Emprunt subordonné	CHF 300 millions	3% p. a.	Perpétuel	2015
Emprunt	CHF 225 millions	0,75% p. a.	6 ans	2014
Emprunt	CHF 150 millions	1,50% p. a.	10.5 ans	2014
Emprunt subordonné	CHF 400 millions	3,50% p. a.	Perpétuel	2014
Emprunt subordonné	CHF 225 millions	4% p. a.	30 ans	2014
Emprunt	CHF 150 millions	1,125% p. a.	6 ans	2013
Emprunt subordonné	EUR 500 millions	3,375% jusqu'en 2027, variable ensuite	30 ans	2017

<sup>1</sup> Proposition à l'Assemblée générale

<sup>2</sup> Sur la base du résultat des activités opérationnelles

<sup>3</sup> Sur la base du résultat selon les IFRS

## Mise en garde concernant les informations prospectives

Le présent document a été rédigé par le Groupe Helvetia et ne peut être copié, modifié, offert, vendu ou distribué de toute autre façon à une autre personne, sans le consentement du Groupe Helvetia. Tous les efforts raisonnables ont été entrepris afin de garantir que les informations exposées soient exactes et que les opinions émises soient justes et appropriées. Ce document est cependant sélectif par nature, car il est exclusivement destiné à présenter les activités du Groupe Helvetia et à donner une vue d'ensemble de celles-ci. Les informations ou statistiques tirées de sources externes et citées dans le présent document ne doivent pas être interprétées comme ayant été adoptées ou avalisées par le Groupe Helvetia. Ni le Groupe Helvetia, ni aucun de ses directeurs, cadres, employés ou conseillers, ni aucune autre personne ne peuvent être tenus pour responsables des pertes découlant de quelque manière que ce soit, directement ou indirectement, de l'utilisation de ces informations. Les faits et informations contenus dans le présent document sont aussi actuels que cela est raisonnablement possible, et pourront être révisés ultérieurement. Ni le Groupe Helvetia, ni aucun de ses directeurs, cadres, employés ou conseillers, ni aucune autre personne ne prennent position, ni n'assument aucune garantie, expresse ou tacite, quant à l'exactitude ou à l'exhaustivité des informations contenues dans le présent document.

Le présent document peut contenir des projections ou d'autres déclarations prospectives en rapport avec le Groupe Helvetia, qui, par nature, recèlent des incertitudes et des risques, tant généraux que particuliers; il est possible que des prédictions, prévisions, projections ou autres résultats décrits ou sous-entendus dans les déclarations prospectives ne se réalisent pas. Nous vous mettons en garde contre le fait qu'un certain nombre de facteurs importants peuvent entraîner des écarts considérables entre les résultats réels et les plans, objectifs, attentes, estimations et intentions exprimés dans ces déclarations prospectives. Font partie de ces facteurs: (1) les changements de conditions économiques générales, en particulier sur les marchés sur lesquels nous opérons; (2) les performances des marchés financiers; (3) les fluctuations des taux d'intérêt; (4) les fluctuations des taux de change; (5) les modifications de lois et de règlements, y compris les modifications de normes et pratiques comptables; (6) les risques associés à la mise en œuvre de nos stratégies commerciales; (7) la fréquence, l'importance et l'évolution générale des sinistres assurés; (8) l'évolution de la mortalité et de la morbidité; (9) les taux de renouvellement et d'annulation des polices. Dans ce contexte, nous vous signalons que la liste des facteurs importants ci-dessus n'est pas exhaustive. Lors de l'évaluation de déclarations prospectives, vous devriez examiner avec soin les facteurs précités ainsi que d'autres incertitudes. Toutes nos déclarations prospectives sont basées sur les informations dont disposait le Groupe Helvetia à la date de leur publication, et le Groupe Helvetia ne s'engage aucunement à les mettre à jour, sauf disposition impérative du droit en vigueur.

Le présent document a pour but de renseigner les actionnaires du Groupe Helvetia et le public sur les activités commerciales du Groupe Helvetia au 31.12.2018. Ce document ne constitue ni une offre, ni une sollicitation en vue de l'échange, de l'achat ou de la souscription de titres; il n'est pas non plus un prospectus d'émission au sens de l'art. 652a du Code suisse des obligations, ni un prospectus de cotation au sens du règlement de cotation de la SIX Swiss Exchange. Si, à l'avenir, le Groupe Helvetia procédait à une ou plusieurs augmentations de capital, les investisseurs devraient fonder leur décision d'achat ou de souscription de nouvelles actions ou d'autres titres uniquement sur le prospectus correspondant.

Le présent document est également disponible en anglais, en allemand, en italien et en espagnol. La version allemande fait foi.

### Mentions légales

La brochure d'entreprise 2018 du Groupe Helvetia est disponible en allemand, anglais, français, italien et espagnol.

### Editeur

Groupe Helvetia, Saint-Gall

### Agence de conception

Farner St.Gallen AG

### Traductions

Apostroph Group, Lucerne

### Couverture

Olga Titus: KLEINOLGA, 2018 (extrait)

### Photos

gettyimages

Présidence du CA et CEO, Conseil d'administration et Direction du Groupe: Gerry Nitsch, Zurich  
Engagement en faveur de l'art: Portrait d'Olga Titus par Andrin Winteler

### Impression

Die Medienmacher AG, Muttenz

Imprimé sur du papier 100% recyclé, certifié Ange Bleu.

Copyright © 2019  
by Helvetia Gruppe,  
Saint-Gall

La version allemande  
de la brochure d'entreprise fait foi.



DISTINGUÉE DEPUIS 2014



**Climatiquement neutre**  
Entreprise  
ClimatePartner.com/12937-1809-1001

**Contacts**

Groupe Helvetia  
Susanne Tengler  
Head of Investor Relations  
Case postale, CH-9001 Saint-Gall  
Téléphone +41 58 280 57 79  
[www.helvetia.com](http://www.helvetia.com)  
[susanne.tengler@helvetia.ch](mailto:susanne.tengler@helvetia.ch)

Groupe Helvetia  
Alessandra Albisetti Szalay  
Investor Relations Coordinator  
Case postale, CH-9001 Saint-Gall  
Téléphone +41 58 280 55 31  
[www.helvetia.com](http://www.helvetia.com)  
[alessandra.albisetti@helvetia.ch](mailto:alessandra.albisetti@helvetia.ch)

**simple. clair. helvetia**   
Votre assureur suisse