

# Faits marquants et défis en 2020.

**simple. clair. helvetia** 

Votre assureur suisse

# Chiffres clés.

	2020	2019	Variation
en millions de CHF			En monnaie du Groupe
<b>Volume d'affaires</b>			
Primes brutes vie	3 996.7	4 539.2	-12.0%
Dépôts vie	286.6	239.4	19.7%
Primes brutes non-vie	5 430.3	4 675.5	16.1%
Volume d'affaires	9 713.6	9 454.1	2.7%
<b>Résultat</b>			
Résultat Vie	167.1	224.4	-25.5%
Résultat Non-vie	258.5	398.5	-35.1%
Résultat Autres activités	-143.9	-84.8	-69.9%
Résultat du Groupe après impôts	281.7	538.1	-47.7%
Résultat des placements de capitaux	1 027.2	1 876.5	-45.3%
dont résultat des placements financiers et immeubles du Groupe	840.6	1 402.7	-40.1%
<b>Chiffres clés du bilan</b>			
Capitaux propres consolidés (hors titres préférentiels)	6 400.3	5 834.1	9.7%
Provisions pour contrats d'assurance et d'investissement (net)	51 571.7	46 194.2	11.6%
Placement de capitaux	60 570.9	54 524.7	11.1%
dont placements financiers et immeubles du Groupe	55 674.7	50 227.8	10.8%
<b>Ratios</b>			
Rendement des capitaux propres <sup>1</sup>	4.2%	9.3%	
Degré de couverture Non-vie	149.3%	145.3%	
Ratio combiné (brut)	94.1%	90.4%	
Ratio combiné (net)	94.0%	92.3%	
Marge sur les nouvelles affaires	2.6%	2.9%	
Rendement direct	1.7%	1.9%	
Performance de placement	2.7%	5.9%	
<b>L'action Helvetia Holding SA</b>			
Résultat du groupe par action pour l'exercice en CHF	4.8	10.5	-54.7%
Capitaux propres consolidé par action en CHF	121.3	118.0	2.8%
Cours de l'action nominative Helvetia à la date du bilan en CHF	93.4	136.8	-31.7%
Capitalisation boursière à la date du bilan en millions de CHF	4 952.6	6 802.5	-27.2%
Actions émises en unités	53 025 685	49 725 685	
<b>Collaboratrices et collaborateurs</b>			
Groupe Helvetia	11 687	6 829	71.1%
dont segments Suisse et Corporate	3 739	3 668	1.9%

<sup>1</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

Commodité pour les clients, offre adaptée, croissance rentable  
Nouvelles opportunités



## Caractéristiques de différenciation

### Marque et histoire

Assureur toutes branches: offre complète sous une seule marque dans tous les marchés nationaux d'Helvetia

### Diversification à quatre niveaux

**Mix d'activités:** NV et V

**Marchés:** CH, Europe et niches sélectionnées dans le monde entier

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

**Sources de revenu:** primes d'assurance et frais/commissions

### Accès aux clients et services

Approche omnicanale: réseau solide d'agents et de partenaires de distribution, accès B2B2C, assureur direct smile, produits et services simples, adaptés, à partir d'un même prestataire

### Assise financière

Base de capitaux solide / Rating A

## Domaines d'activité & régions

### Non-vie

Offre complète d'assurances dommages en CH et en Europe/couvertures spéciales dans des niches sélectionnées et 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

### Autres activités

Réassurance intragroupe et domaines hors assurance, notamment activité des frais et des commissions





## Valeur ajoutée pour les actionnaires

### Financière

Bon ratio combiné dans le domaine non-vie  
 Marge avantageuse sur les nouvelles affaires dans le domaine Vie  
 Fonds libres élevés  
 Sources de revenus diversifiées

### Dividendes

Politique de dividendes attrayante et durable, rendements convaincants

### Opportunités

Acquisition de Caser  
 Nouveaux modèles d'affaires: écosystèmes, assureur en ligne Smile, nouvelles offres dans le domaine des placements

## Risques & gestion des risques

### Activités opérationnelles

Exposition 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  
 Processus efficaces et complexité réduite  
 Forte capitalisation

### Collaboratrices et collaborateurs

«Employer of Choice» reconnu offrant diverses perspectives de développement

### Société

Prise en compte des aspects ESG dans nos activités  
 Entreprise climatiquement neutre  
 Partenariats en faveur d'engagements philanthropiques et sociaux

- 4 Notre profil**  
Réussir grâce à la diversification
- 5 Faits et chiffres**  
Informations clés sur Helvetia
- 6 L'interview**  
La présidente et le CEO font un tour d'horizon de l'année écoulée
- 10 Notre stratégie**  
La stratégie *helvetia 20.20* a été menée à bien
- 14 Développement durable**  
Helvetia sur la voie d'un avenir durable
- 17 Activités commerciales et segments**  
Nos activités par domaines de marché et segments
- 18 Affaires non-vie**  
Portefeuille de produits et fonctionnement des affaires non-vie
- 20 Affaires vie**  
Offre et fonctionnement des affaires vie
- 22 Autres activités**  
Le nouveau domaine d'activité des frais
- 24 Nos segments**  
Faits et réussites de nos marchés nationaux
- 36 Notre organisation**  
Portrait du Conseil d'administration et de la Direction du Groupe
- 38 Nos collaborateurs**  
Comment le COVID-19 a changé la collaboration
- 40 Nos engagements pour l'art**  
L'art en période de crise mondiale
- 42 Notre marque**  
Une aide précieuse: #helvetiasoutient
- 44 Nos finances**  
Passation de pouvoir dans le domaine des finances
- 46 Notre action**  
Informations utiles sur l'actionnariat et la politique de dividendes



**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 11 500 collaborateurs et plus de 7 millions de clients. Aujourd'hui, nous sommes le premier assureur toutes branches en Suisse. Avec les pays regroupés au sein du segment Europe, à savoir l'Allemagne, l'Italie, l'Autriche et l'Espagne, Helvetia dispose d'un deuxième pilier solide. Le segment Specialty Markets permet à Helvetia d'être présente en France et à travers une sélection de destinations dans le monde. 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 forte présence 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 ou la gestion d'actifs, qui s'éloignent de l'activité d'assurance traditionnelle pour s'orienter vers de nouvelles sources de revenus, notamment les 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 près de 70 milliards de CHF garantissent une progression durable de nos bénéfices.

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



**Suisse**



**920** collaborateurs du service externe



**~1 790** agents



**1 180** accords avec des courtiers



**3 984** collaborateurs



- Swisscanto
- neon



- online@helvetia.ch
- Smile
- Service Center d'Helvetia



**Allemagne**



**~230** agents



**~3 850** courtiers actifs  
Relations avec le pool et le réseau



**788** collaborateurs



ARAG et al.



- helvetia.de
- Coopérations numériques



**Espagne**



**~1 550** agents



**~2 200** courtiers



**564** collaborateurs



**3** partenaires bancaires  
Assurance motos avec Pont Grup



- helvetia.es
- ~280 courtiers en ligne
- Coopérations numériques avec Weecover (p. ex. dans la distribution avec les vendeurs de scooters et de motos)



~1 370 agents

~910 courtiers

4 707 collaborateurs

- ~90 partenaires de vente
- 11 accords de distribution avec des banques
- ~30 conseillers financiers

• Caser.es



**Autriche**



**~265** collaborateurs du service externe



**~380** agents



**1 200** accords avec des courtiers



**757** collaborateurs



**3** partenaires bancaires



**Italie**



**~860** agents



**~260** courtiers



**520** collaborateurs



- 18 Worksite Marketing Partners avec 40 succursales
- ~20 partenaires bancaires traditionnels avec ~1 500 succursales
- 1 partenariat de banque numérique (illimity)



- Helvetia Easy Ski
- Helvetia Ok Travel
- mypass.ski
- yakki.net



**France**



**~15** souscripteurs pour assurance de fret maritime (pas exclusivement pour Helvetia)



**~3 300** relations actives avec des courtiers



**338** collaborateurs



- Assurance de yachts avec SGI
- Coopération avec la Caisse Régionale de Groupama
- Réseau d'agents GAN pour les assurances de transport



- Distribution en ligne par le biais de courtiers pour les petits yachts



**Reste du monde**



**29** collaborateurs



Partenaires



Vente directe/nouveaux médias

# Les défis posés par un sinistre mondial.

**E**n 2020, un sinistre mondial a profondément bouleversé la vie de chacun d'entre nous. Helvetia est parvenue rapidement à faire face à cette nouvelle situation difficile. Les exemples de cette brochure illustrent de quelle manière Helvetia gère le COVID-19 et les défis qui en découlent pour le secteur de l'assurance. Doris Russi Schurter et Philipp Gmür font un tour d'horizon de l'année écoulée.

**” Madame Russi Schurter, le COVID-19 a lourdement pesé sur nos vies l'année passée. Quels effets vous ont particulièrement touchée ?**

La distanciation sociale a rendu difficiles les interactions personnelles avec les membres du Conseil d'administration et la Direction du Groupe, mais aussi avec tous les autres collègues: une visioconférence ne remplace pas un entretien personnel autour d'une table de réunion. De plus, à cause des restrictions de voyage liées à la pandémie, je n'ai malheureusement pas encore pu visiter la société espagnole Caser que nous venons d'acheter. J'ai dû sans cesse repousser le vol pour Madrid que j'avais déjà plusieurs fois réservé.

**Monsieur Gmür, de quoi êtes-vous le plus fier en 2020 ?**

Le rachat de Caser représente un jalon dans l'histoire de notre entreprise. Malgré l'environnement difficile, nous sommes parvenus à assurer son financement et à réussir la première phase d'intégration. Puis nous avons pour la première fois créé un nouveau fonds immobilier dans la gestion des actifs et notre assureur en ligne suisse, Smile, a lancé le premier partenariat de bancassurance mobile du pays.





« J'ai été impressionnée de constater que malgré le contexte difficile, les affaires journalières ont bien été gérées et que les nombreux projets ont progressé. »

---

**Doris Russi Schurter**

Présidente du Conseil d'administration

Tous ces piliers de la stratégie *helvetia 20.20* ont été menés à bien fin 2020. Enfin, deux nouveaux membres précieux de la Direction du Groupe ont rejoint Helvetia: Martin Jara en tant que CEO Suisse et Annelis Lüscher Hämmerli en qualité de Group CFO.

**Madame Russi Schurter, quels points positifs retenez-vous de cette situation exceptionnelle ?**

La pandémie me confirme que l'être humain peut vite s'adapter à des situations inattendues lorsque cela s'avère nécessaire. La plupart

d'entre nous ont, par exemple, dû apprendre rapidement à se servir des outils numériques, et nous avons pour cela fait preuve d'une agilité qui n'aurait sans doute pas été possible sans le coronavirus. Il s'agit désormais de saisir cette opportunité et de continuer à utiliser les nouveaux formats en ligne lorsqu'ils sont utiles et apportent des gains d'efficacité.

→ [Suite à la page suivante](#)

**Monsieur Gmür, quelles ont été les conséquences du COVID-19 sur Helvetia ?**

La pandémie de coronavirus a eu d'importantes répercussions à plusieurs niveaux. Elle a tout d'abord entraîné une réorganisation. Chez Helvetia, le passage au télétravail s'est parfaitement déroulé dans tous les pays. Bon nombre de nos clients ont également été fortement touchés. Nous avons enregistré un nombre record d'assurés qui n'ont pas pu partir en voyage et que nous avons indemnisés dans le cadre de l'assurance voyage. Les fermetures décrétées par les autorités ont particulièrement affecté les entreprises de restauration. Dans ce domaine, une question controversée s'est posée: les pertes de revenu dues à une pandémie sont-elles assurées ou non? Nous y avons répondu avec un arrangement à l'amiable pragmatique. De plus, nous nous sommes efforcés de soutenir la clientèle professionnelle affectée de la manière la plus simple possible, par exemple avec des reports de primes, en apportant notre aide lors de transports de marchandises bloqués grâce à

notre réseau mondial de commissaires d'avaries, ou encore en accordant des exonérations de loyers à des petites entreprises et des indépendants. Enfin, le COVID-19 a également pesé sur les marchés de capitaux, ce qui s'est malheureusement aussi reflété dans notre résultat annuel.

**Madame Russi Schurter, qu'est-ce qui vous a plu dans la manière dont Helvetia a géré cette crise ?**

Helvetia a bien fonctionné malgré la crise: elle a répondu présent à ses clients et en mettant en place rapidement des solutions pragmatiques, elle a prouvé qu'elle est un partenaire fiable. J'ai été impressionnée de constater que malgré le contexte difficile, les affaires journalières ont bien été gérées et que les nombreux projets, notamment l'intégration de Caser ou la norme IFRS 17, ont progressé dans les délais.



« Le rachat de Caser représente un jalon dans l'histoire de notre entreprise. »

---

**Dr Philipp Gmür**  
Chief Executive Officer

**Monsieur Gmür, quels enseignements pour l'avenir tirez-vous de la pandémie de coronavirus?**

Le COVID-19 a montré quels sont les défis posés par un sinistre mondial et que face à un tel événement, les assureurs ne peuvent offrir une protection complète compte tenu de l'absence de compensation du risque au sein du collectif d'assurance. Pour l'avenir, nous devons nous demander quels autres risques auxquels nous ne sommes pas suffisamment préparés en tant que société sont susceptibles d'avoir des conséquences tout aussi graves. Je pense par exemple aux cyberattaques, aux tremblements de terre ou aux pénuries d'électricité. Il s'agit de dangers que nous connaissons, mais contre lesquels nous ne sommes pas assez couverts. On ne peut pas se limiter à souligner l'impossibilité d'assurer des événements d'une telle ampleur en comptant sur l'Etat pour indemniser les dommages en cas d'urgence.

# Activer la force d'innovation de nos collaborateurs.

Une partie de la stratégie *helvetia 20.20* consistait à exploiter les innovations de manière ciblée. Outre les innovations externes auxquelles l'entreprise accède par le biais de coopérations ou d'un investissement de l'Helvetia Venture Fund, Helvetia mise aussi sur la force d'innovation et l'esprit d'entreprise de ses collaborateurs. C'est pour cela que le programme Kickbox a été lancé, il y a environ quatre ans. Il permet aux collaborateurs de soumettre une nouvelle idée commerciale ou une innovation concernant le cœur de métier et pouvant être mise en œuvre à long terme. A l'issue d'un premier entretien, les idées les plus intéressantes et les plus pertinentes pour Helvetia sont sélectionnées et leurs auteurs reçoivent une Kickbox rouge. Cette boîte est un outil pour travailler sur cette idée. Elle comprend un petit budget, du coaching, un crédit-temps ainsi que des conseils et astuces permettant de perfectionner son propre projet d'innovation. Au terme de cette première phase, les équipes kickbox présentent leurs résultats à un jury interne. Les projets les plus prometteurs reçoivent ensuite la kickbox bleue et les équipes peuvent continuer de travailler sur leur idée. Enfin, la kickbox dorée marque la dernière phase du programme.


Jusqu'à présent, sept processus de kickbox ont été menés, dans le cadre desquels 48 kickbox rouges ont été distribuées. 19 projets d'innovation ont obtenu une kickbox bleue au terme de la première phase et six une dorée. Deux idées commerciales étaient tellement prometteuses qu'elles ont débouché sur la création d'une start-up. Adresta est l'une de ces start-ups: cette jeune entreprise vole de ses propres ailes depuis le printemps 2020 et s'est fixé pour objectif de numériser le cycle de vie des montres de luxe. Toutes les étapes importantes d'une montre sont mises à la disposition des fabricants, des commerçants et des acheteurs sous une forme numérique. Chaque montre dont le fabricant est partenaire d'Adresta peut être clairement identifiée et authentifiée. Ceci permet aussi de reconnaître les contrefaçons et les marchandises volées sur le marché des montres et de les en exclure. Pour cela, la start-up établit des certificats numériques sécurisés par la technologie blockchain. Adresta offre ainsi de la sécurité et de la transparence, en particulier pour les achats de seconde main. Helvetia profite aussi de cette spin-off: depuis fin 2020, il est possible de souscrire des assurances pour objets de valeur via la plateforme d'Adresta. Helvetia est donc présente quand les passionnés de montres s'intéressent à leur montre et à sa valeur, et elle exploite un nouveau canal de distribution. Notre cœur de métier profite ainsi également de cette spin-off. C'est sur lui que le programme kickbox mettra l'accent à l'avenir.


# Mise en œuvre réussie d'Helvetia 20.20 dans tous les marchés nationaux

## Nouveaux modèles d'affaires

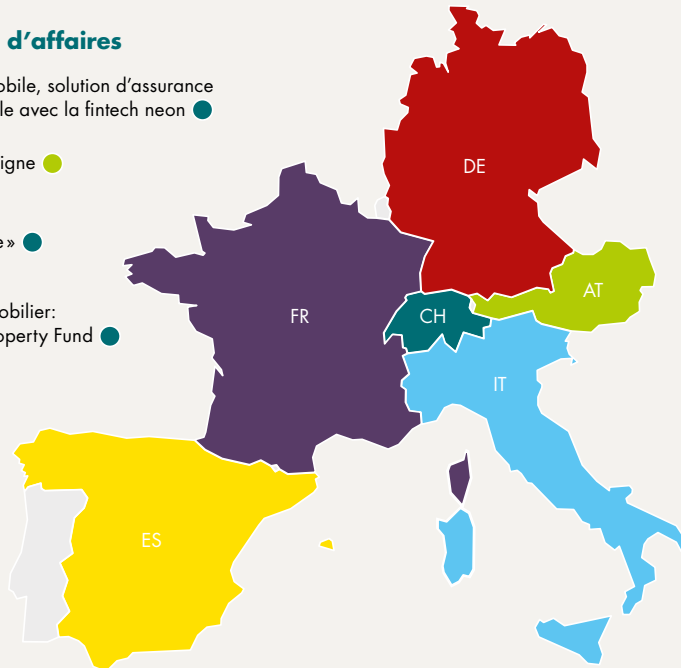
**smje** Application mobile, solution d'assurance bancaire mobile avec la fintech neon ●

**SMART** Assurance en ligne ●


 Ecosystème « Home » ●

 Propre fonds immobilier: Helvetia Swiss Property Fund ●

 Ecosystème « Santé » Caser ●



## Innovation

 Déclaration de sinistre et assistant d'assurance virtuel par chatbot ●

## helvetia

Investissements du Venture Fund d'Helvetia:

- Freshurance
- Theftex
- neon
- Campai
- Skribble
- Flatfox
- MyPass
- PriceHubble
- Mobile Garantie
- Inzmo
- Chargery
- Volocopter
- Immoledo
- BlueID


## Renforcement du cœur de métier


### Accès

Interaction numérique avec les clients et les partenaires, nouveaux canaux de distribution

 Opérations en ligne VIVA ●●

 Activité B2B2C ●●●●●  
**HELVETIA**  
**INSURANCE**


 Partenaires bancaires Caser ● Ibercaja / Liberbank / Unicaja / Credit Andorra et d'autres


 Partenaires bancaires ● illimity / Banco Desio / CaRi ASTI / BCC Roma et d'autres


### Produits

Nouveaux produits, niveau accru de personnalisation

 Cyber-couvertures ●●●●●


 Propres produits de fonds ●


 Assurance clients privés repensée dans les affaires non-vie / intégration de nouveaux services ●●●●●

 Aéronautique


### Traitement des sinistres

Automatisation du règlement des sinistres

 Insoore Evaluation par vidéo des sinistres véhicules à moteur ●

 Traitement simple des sinistres ●  
● JAROWA

**NEXA** Plateforme de régulation pour les sinistres de véhicules ●

 Niveau accru d'automatisation (UE)

## Objectifs financiers de la stratégie helvetia 20.20

**Volume**  
10 milliards de CHF (ambition)

**Non-vie**  
RC net < 93 %

**Vie**  
Marge nouvelles affaires > 1 %

**Synergies (avant impôts)**  
> 130 millions de CHF

**Rendement des capitaux propres**  
8 – 11 %

**Dividende (5 ans)**  
> 1 milliard de CHF

**Taux SST**  
180–240 %

**Rating S&P**  
A

# Une période stratégique réussie s'achève

” L'année 2020 marque la fin de la période stratégique *helvetia 20.20*. Quelles ont été les principales réussites d'Helvetia ?

Notre stratégie comprenait trois éléments centraux: le renforcement du cœur de métier, le développement de nouveaux modèles d'affaires et l'utilisation ciblée des innovations. S'agissant du renforcement du cœur de métier, l'accent a été mis en début de période stratégique sur l'intégration de la *Baloise Autriche* et de *Nationale Suisse*, et donc aussi sur la consolidation de notre position sur le marché national. Nous avons atteint ces deux objectifs. De plus, nous avons enregistré une croissance rentable sur les marchés européens, dans le domaine de la réassurance active et dans certains secteurs spécialisés comme l'engineering. L'étape la plus importante a été l'acquisition de *Caser* en 2020. Par ces mesures, nous avons diversifié notre activité aussi bien sur le plan géographique qu'entre les affaires vie et non-vie.

**Qu'en est-il des nouveaux modèles d'affaires et des innovations ?**

Un jalon en matière de nouveaux modèles d'affaires a été l'acquisition et le développement de MoneyPark, le principal courtier hypothécaire indépendant de Suisse et un point d'ancrage solide dans notre écosystème « Home ». De plus, l'entreprise Helvetia Asset Management AG récemment créée a lancé un premier fonds immobilier durant l'été 2020. Avec le lancement de ce fonds, Helvetia a élargi son offre de produits et acquis de nouvelles sources de revenus sous la forme de produits de commissions stables. Nous avons lancé nos propres innovations, comme les services de chatbot en Suisse, et nous profitons également des investissements de notre Venture Fund. Helvetia est en train de se transformer, passant du statut de simple assureur à celui de prestataire pour tous les services d'assurance et de prévoyance. Pour cela, il faut être prêt à tous les niveaux à agir de manière encore plus agile, plus innovante et plus centrée sur le client.

**L'orientation client était au cœur d'helvetia 20.20. Qu'est-ce qu'Helvetia a atteint dans ce domaine ?**

Nous avons accompli de grands progrès: pour mieux comprendre les attentes des clients, nous avons développé de nouvelles capacités dans le domaine de l'analyse des données. En Suisse en particulier, l'organisation des ventes a été réorientée pour aborder le client avec une approche omnicanale. Avec notre écosystème « Home », nous développons nos offres pour le logement, y compris le financement et la couverture avec un seul et même prestataire. Un élément central de notre orientation client consiste à aller le chercher là où naît le besoin d'assurance, par exemple lors de la souscription d'une hypothèque ou sur le point de vente de biens de consommation. C'est pourquoi nous investissons dans des solutions B2B2C. Toutefois, il faut du temps pour réorienter vers le client non seulement les collaborateurs des interfaces clients, mais aussi toute l'organisation. Cette tâche nous occupera également pendant la prochaine période stratégique.

**L'année dernière a été marquée par le COVID-19. Dans quelle mesure la pandémie a-t-elle influencé l'élaboration de la stratégie ?**

La pandémie de coronavirus a joué un rôle d'accélérateur pour des évolutions qui existaient déjà. Les effets du COVID-19 nous ont surtout confirmé que nous sommes sur la bonne voie: de nouveaux outils, comme le conseil par vidéo introduit lors de la dernière période stratégique, ou de nombreuses possibilités de services en ligne ont fait leurs preuves. Nous allons poursuivre la numérisation des interactions avec les clients que nous avons d'ores et déjà amorcée. De plus, le COVID-19 a influencé l'élaboration de la stratégie *helvetia 20.25* sur le plan processuel: nous avons prévu un léger décalage afin de pouvoir intégrer les effets et les enseignements tirés de la pandémie dans la nouvelle stratégie. Enfin, les priorités ont été ajustées et axées sur l'environnement actuel dans la planification de la mise en œuvre.



**Dr Philipp Gmür –  
Chief Executive Officer**

# Stratégie **helvetia 20.25**

simple. clair. helvetia

## Vision

Nous voulons être la meilleure partenaire pour la sécurité financière et devenir la référence en matière de commodité pour les clients et d'accès clients.

## Conditions

-  Personnel
-  Partenariat
-  Performance

## Priorités stratégiques

Commodité pour les clients



Offre adaptée



Croissance rentable



Nouvelles opportunités



## Profil

Assureur toutes branches leader sur le marché suisse, avec de solides racines en Suisse, une forte implantation en Europe, pilier important du groupe, et une présence internationale sur le marché des assurances spéciales.

## Valeurs

Confiance, dynamisme et enthousiasme.

## But

La vie est faite d'opportunités et de risques, et nous sommes là quand il le faut.

## Notre voie jusqu'en 2025

Grâce à la réussite de la période stratégique passée, Helvetia est très bien positionnée. Et nous entendons continuer sur cette voie, à l'avenir aussi. Pour cela, nous avons écrit un nouveau chapitre de notre stratégie éprouvée et voulons répondre encore mieux aux attentes de nos parties prenantes.

Même si notre environnement est en constante mutation, la raison d'être d'Helvetia reste la même depuis 1858: la vie est pleine d'opportunités et de risques. Helvetia est présente pour ses clients quand il le faut. Helvetia entend être la meilleure partenaire en matière de sécurité financière et poser des jalons dans les domaines de la commodité pour les clients et de l'accès aux clients: la devise simple. clair. helvetia devient un élément encore plus central de l'ADN d'Helvetia.

Dans sa stratégie *helvetia 20.25*, Helvetia se fixe quatre priorités:



### 1. Helvetia incarne la commodité pour les clients.

Helvetia est présente partout où existent des besoins d'assurance et de prévoyance et fournit ses services de la manière la plus simple possible pour ses clients.



### 2. Helvetia a l'offre adéquate.

Helvetia offre des produits et des services complets dans les domaines des assurances et de la prévoyance.



### 3. Helvetia affiche une croissance rentable dans son cœur de métier.

Helvetia accroît la valeur ajoutée pour la clientèle en Suisse. Elle développe ses activités européennes en tant que deuxième pilier solide du Groupe et augmente sa croissance dans les affaires spécialisées internationales.



### 4. Helvetia saisit les nouvelles opportunités.

Helvetia exploite de nouveaux écosystèmes et modèles d'affaires ayant trait à son cœur de métier et dans la gestion des actifs.

Par sa culture de la performance, son excellence technique, sa numérisation, sa capacité de partenariat ainsi que son leadership et sa gestion des talents, Helvetia crée des conditions optimales pour réussir la mise en œuvre de sa stratégie.

Ses collaborateurs sont la base de sa réussite, c'est pourquoi elle leur offre des perspectives attrayantes en tant qu'« employer of choice ».

Les objectifs financiers de la stratégie d'Helvetia portent principalement sur la rentabilité, l'efficacité opérationnelle, une capitalisation durablement forte et la capacité à verser des dividendes.

# Faits marquants de la responsabilité d'entreprise.

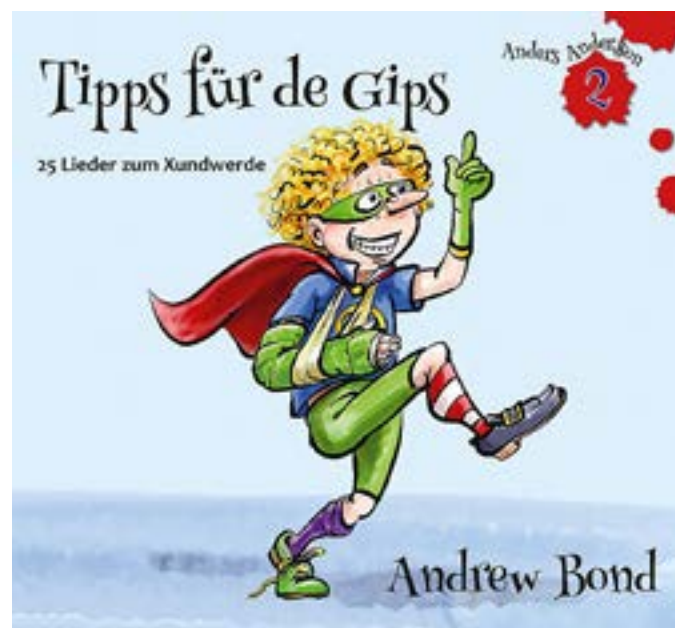
La gestion du COVID-19 représente un défi aux multiples facettes. Car malgré la distance physique nécessaire, la cohésion sociale est actuellement plus importante que jamais. Helvetia a pleinement conscience de cette responsabilité et elle s'engage de plus en plus avec sa principale actionnaire, Patria Société coopérative, créée en 1883.

Etre une bonne partenaire en temps de crise: tel est le souhait de la coopérative, une «mécène silencieuse» qui porte les deux grandes initiatives philanthropiques de l'assureur. Le financement de l'initiative de la forêt protectrice d'Helvetia et la collaboration avec la fondation Helvetia Patria Jeunesse constituent le socle de l'engagement social d'Helvetia.

A l'occasion de ses cent ans, Patria Société coopérative a créé la fondation Helvetia Patria Jeunesse pour les enfants et les jeunes. Depuis lors, elle soutient des personnes et des institutions dans le cadre de projets concrets qui profitent à la génération des moins de 25 ans. Pendant la crise du coronavirus, l'engagement social des deux partenaires a encore été renforcé. L'organisation d'offres de suivi et d'apprentissage ainsi que les denrées alimentaires à bas prix pour les familles à faibles revenus et à faible niveau de formation ont été au cœur de tous les projets. Quatre organisations suisses ont profité d'une aide rapide et sans formalités administratives: *Kinderhilfe Petite Suisse*, *Verein wir lernen weiter*, *Consultations pour les enfants 147* et *Epicerie Caritas*. L'Unicef est une autre partenaire internationale précieuse que nous avons soutenue. Par son travail en Italie et en Espagne, le Fonds des Nations Unies pour l'enfance met tout en œuvre afin que la pandémie ne se transforme pas en crise durable pour les enfants.

## 25 chansons pour guérir

Un exemple important de l'engagement d'Helvetia Patria Jeunesse qui est particulièrement adapté à cette extraordinaire année 2020 a été la création du CD «Tipps für de Gips», avec un carnet de comptines du célèbre chanteur pour enfants et musicien Andrew Bond. A la demande d'un collaborateur d'Helvetia, il a composé 25 chansons pour guérir. Cinq chansons de ce projet passionnant ont été produites avec des jeunes ayant un handicap mental. Ils se sont attelés à ce projet avec un enthousiasme impressionnant. Le résultat, auquel Helvetia Patria Jeunesse a contribué à hauteur de CHF 25 000, dépasse toutes les attentes et devrait aider les enfants chez eux et dans les hôpitaux à guérir rapidement. Chanter sur des comptines gaies favorise le processus de guérison. «Es isch, wie's isch» («les choses sont comme elles sont»), la chanson leitmotiv du CD, est particulièrement adaptée à l'époque actuelle.



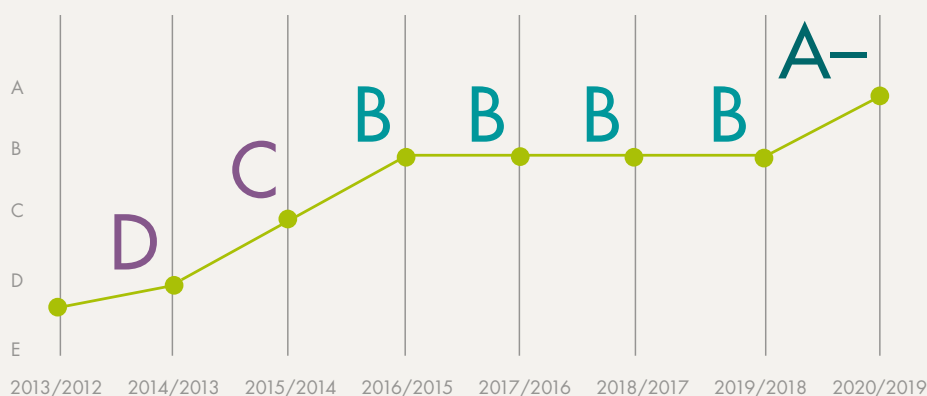


# Note A au niveau « leadership »

Le score de CDP (anciennement Carbon Disclosure Project) publié fin 2020 montre qu'Helvetia est très impliquée dans la bonne gestion des ressources. Elle a obtenu une note A (A-) et se trouve désormais au niveau le plus élevé (Leadership). « Nous sommes fiers d'avoir pu nous améliorer en permanence depuis 2013 jusqu'à atteindre la catégorie d'évaluation la plus élevée. En protégeant l'environnement, nous réduisons notre empreinte carbone, mais nous soutenons aussi la transition vers une économie à faibles émissions de CO<sub>2</sub> », explique Kristine Schulze, responsable Corporate Responsibility d'Helvetia.

## Performance environnementale: note climatique du CDP

A = meilleure évaluation



### Note climatique

- Divulgarion d'informations (D- et D)
- Prise de conscience de la pertinence (C- et C)
- Gestion active (B- et B)
- Leadership dans la gestion (A- et A)

## Premier emprunt hybride vert

En 2020, Helvetia a émis un premier emprunt hybride vert de plus de 200 millions de CHF. Elle permet ainsi aux investisseurs de participer à ses objectifs de développement durable et de les soutenir. Le Green Bond Framework d'Helvetia constitue la base de l'emprunt. Les fonds sont utilisés, entre autres, pour développer le portefeuille immobilier de l'entreprise en tenant compte de critères de durabilité. Helvetia développe et gère elle-même le parc immobilier et peut ainsi mettre en œuvre des mesures de manière ciblée, sur toute la durée du cycle de vie. De plus, elle investit directement et indirectement dans les énergies renouvelables et la mobilité respectueuse de l'environnement. « Notre approche de Corporate Responsibility nous permet d'intégrer les aspects environnementaux, sociaux et de gouvernance dans nos activités quotidiennes. L'emprunt hybride vert marque une nouvelle étape dans la mise en œuvre de cette approche », explique Annelis Lüscher Hämmerli, CFO d'Helvetia.

## 500 000 arbres pour le climat



Pendant l'année sous revue, Patria Société coopérative a de nouveau soutenu l'engagement en faveur de la forêt protectrice. Helvetia a ainsi pu réaliser six nouveaux projets de forêt protectrice dans quatre marchés nationaux. Depuis le début de l'initiative, Helvetia et Patria Société coopérative ont déjà mené à bien 48 projets de forêt protectrice et soutenu la plantation de près de 500 000 arbres dans l'espace alpin européen. Pour la première fois depuis sa création, le Prix alpin de la forêt protectrice Helvetia n'a malheureusement pas pu être décerné en 2020 en raison du COVID-19.

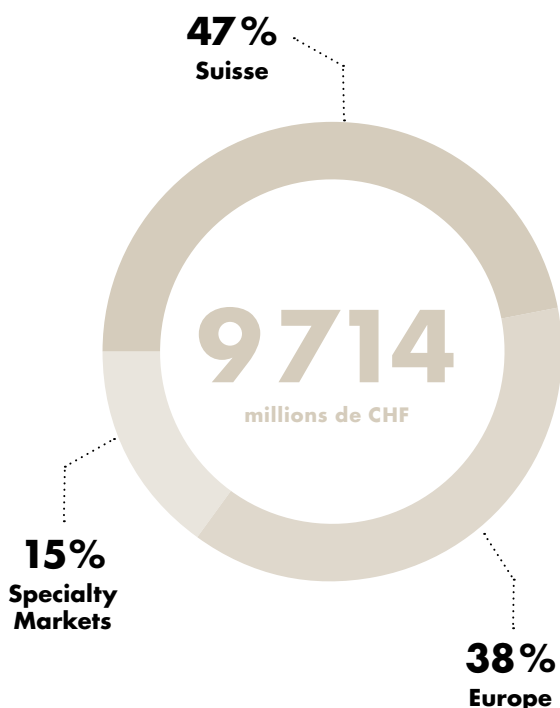


# Notre métier.

**H**elvetia est un groupe d'assurances suisse prospère qui opère à l'international. Avec plus de 11 500 collaborateurs à temps plein, elle fournit des prestations à plus de 7 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, aéronautique, 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, 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 segment**



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



# 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 2020, le ratio combiné net s'est établi à 94,0%, 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



### 37%

**Choses**

(y compris assurances techniques et voyage)



### 27%

**Véhicules à moteur**



### 13%

**Réassurance active**



### 9%

**Transport**

(y compris art)



### 7%

**Accidents / maladie**



### 7%

**Responsabilité civile**

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

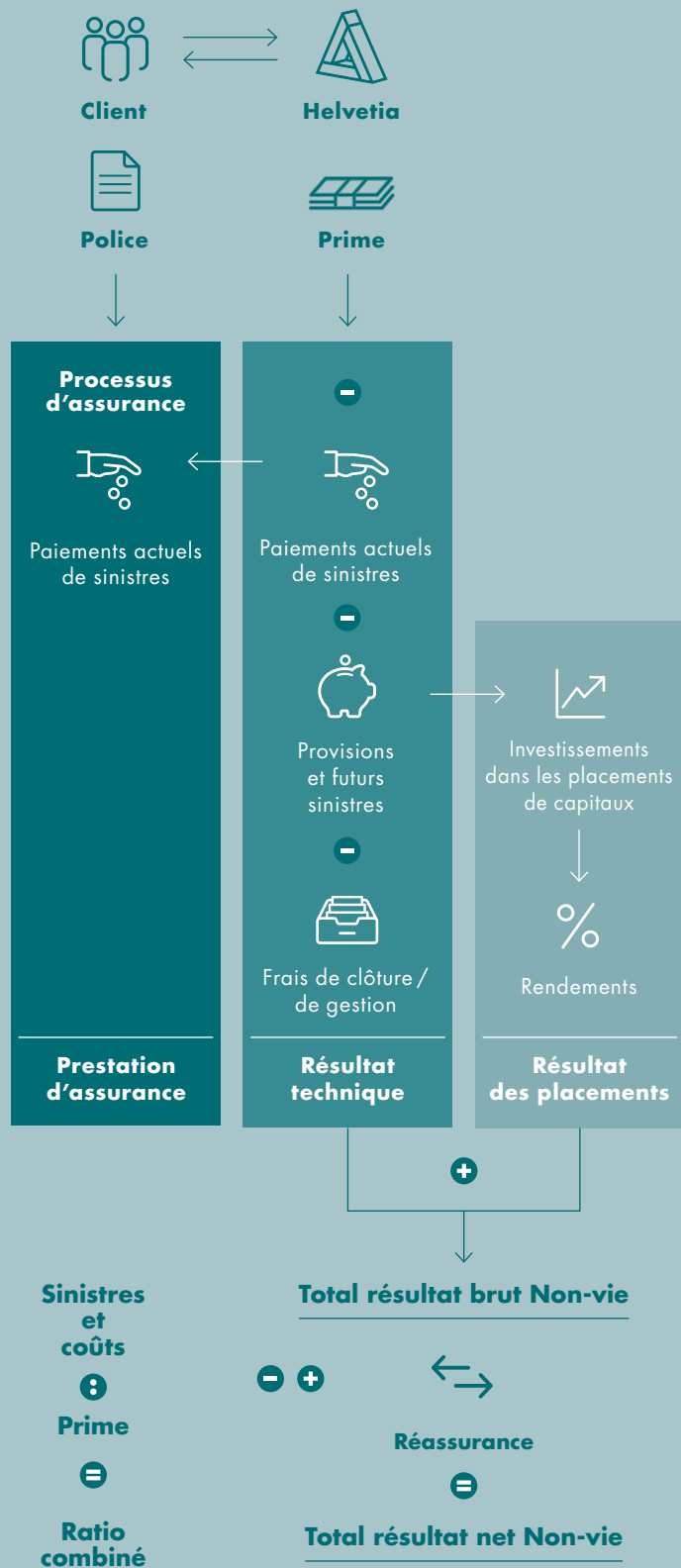
### Primes par segment



# Ratio combiné net

# 94.0%

## Comment fonctionne l'assurance non-vie?



# Affaires vie.

Helvetia propose des assurances vie en Suisse, en Italie, en Allemagne, en Espagne et en Autriche. Avec une part de 70 %, 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 principales branches d'assurance, avec une part de 54 % du volume vie total du Groupe. Cette activité est générée presque exclusivement en Suisse (à 92 %), 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 placés. En 2020, 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

### Produits classiques



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

### Produits liés aux participations



Contrats d'assurance avec risque de placement et opportunités de rendement et couvertures de risques coassurés garanties par Helvetia.

### Produits de placement



Solutions d'investissement, d'épargne et de capitalisation sans risque actuariel significatif

## Produits Vie collective

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

#### Helvetia LPP Invest

Solution partiellement autonome pour prévoyance professionnelle adaptée aux besoins avec opportunités de rendement. Assurance des risques décès et invalidité et prise en charge de l'administration par Helvetia Assurances. Placement de l'épargne par la Fondation de placement d'Helvetia.

#### 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 prévoyance professionnelle obligatoire.

#### Assurances risques

Assurances risques et contrats de risque forfaitaire pour fondations de prévoyance en faveur du personnel partiellement autonomes, prise en charge de l'administration par Helvetia Assurances.

#### 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. Helvetia couvre les risques décès et invalidité, la distribution est réalisée 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

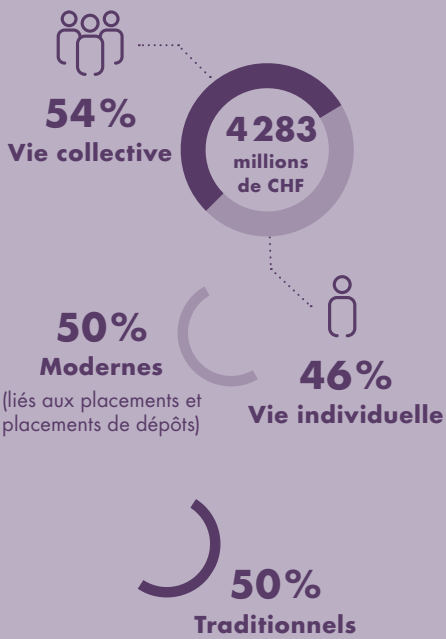
Placement et gestion collectifs des avoirs de prévoyance confiés. Spécialisation dans les produits de placement Core-Satellite mixtes et les placements immobiliers.

#### Helvetia Consulta AG

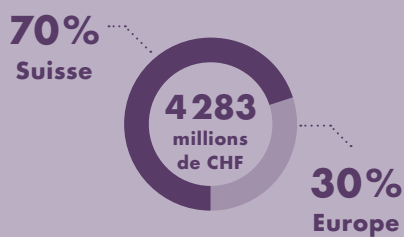
Conseils et prestations complets pour les fondations de prévoyance du personnel et les entreprises. Réalisation d'analyses et d'expertises, évaluations selon les normes IAS 19 et ASC 715, administration et gestion de caisses de pension, organisation et réalisation de formations.

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

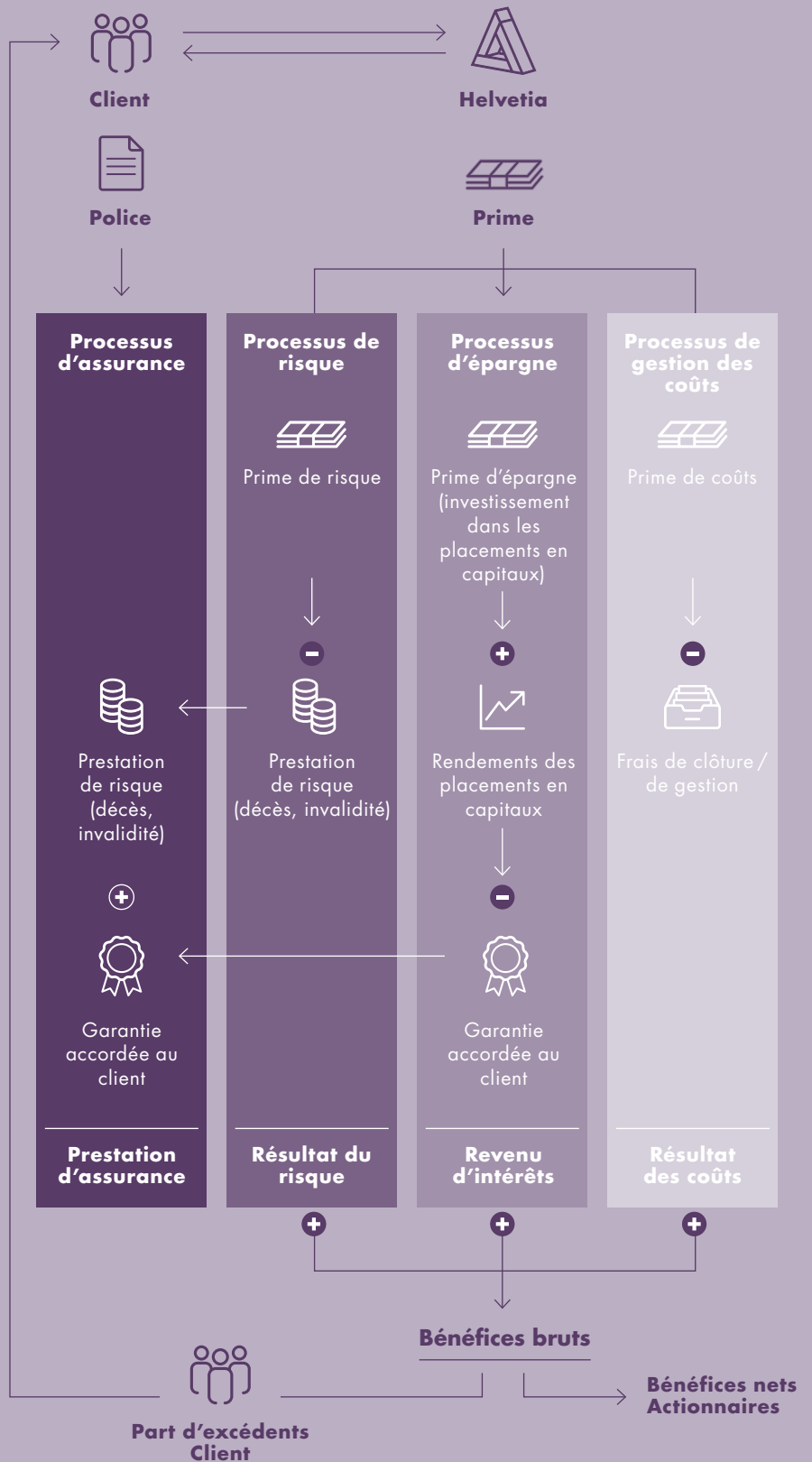
### Volume d'affaires 2020 par domaine d'activité



### Primes par segment



## Comment fonctionne l'assurance vie ?



# Autres activités.

Ces dernières années, Helvetia n'a pas seulement réalisé des recettes dans les affaires vie et non-vie. Elle génère aussi toujours plus de revenus issus de ses autres activités, notamment de l'activité hors assurance. En 2020, cette branche a encore nettement progressé, grâce au rachat de l'entreprise espagnole Caser. L'augmentation a été telle que ces recettes seront désormais décrites séparément, dans la rubrique « Autres activités ». Ainsi, les comptes annuels reflèteront la différenciation accrue avec le développement de nouvelles sources de revenu.

En plus du segment Corporate (sociétés de financement, Corporate Center, placements de capitaux gérés de manière centralisée [fonds] et réassurance groupe), le domaine Autres activités englobe l'activité de courtage et de conseil (p. ex. MoneyPark). Enfin, diverses petites sociétés de service étrangères qui ne peuvent pas être classées dans les domaines vie ou non-vie en font également partie. Ce domaine comprend aussi désormais les recettes des secteurs hors assurance de l'entreprise espagnole Caser (homes pour personnes âgées, hôpitaux, autres services) ainsi que les activités d'Helvetia Asset Management AG (fonds immobilier pour les investisseurs tiers).

## Ecosystème « Home »



### Caser

#### Homes pour personnes âgées

Depuis 2004, prestations dans le domaine des soins aux personnes âgées avec actuellement quelque 20 établissements de soins pour environ 80 millions d'EUR de chiffre d'affaires

#### Domaine de la santé

Depuis 2008, forte croissance des prestations dans le domaine de la santé avec actuellement la gestion de 5 hôpitaux privés représentant environ 50 millions d'EUR de chiffre d'affaires et 800 000 patients, principalement dans des régions touristiques (Baléares, îles Canaries, etc.) et Estrémadure.

#### Autres

- Diverses prestations spécialisées pour les entreprises et les particuliers dans le domaine de la gestion immobilière, de l'entretien des bâtiments, de la technique des bâtiments, des centres d'appels et du conseil juridique
- Assistance de voyages et assurances voyage
- Conseil financier
- Cliniques dentaires
- Cliniques vétérinaires

### MoneyPark

Le courtier hypothécaire MoneyPark est un point d'ancrage solide de l'écosystème « Home ». Il comprend de nombreux prestataires en rapport avec le thème du logement. Le conseil et le courtage de ces services génèrent des commissions.

### Helvetia Asset Management

Lancement d'un fonds immobilier afin d'élargir l'offre de produits et d'exploiter de nouvelles sources de revenus.

### Réassurance groupe

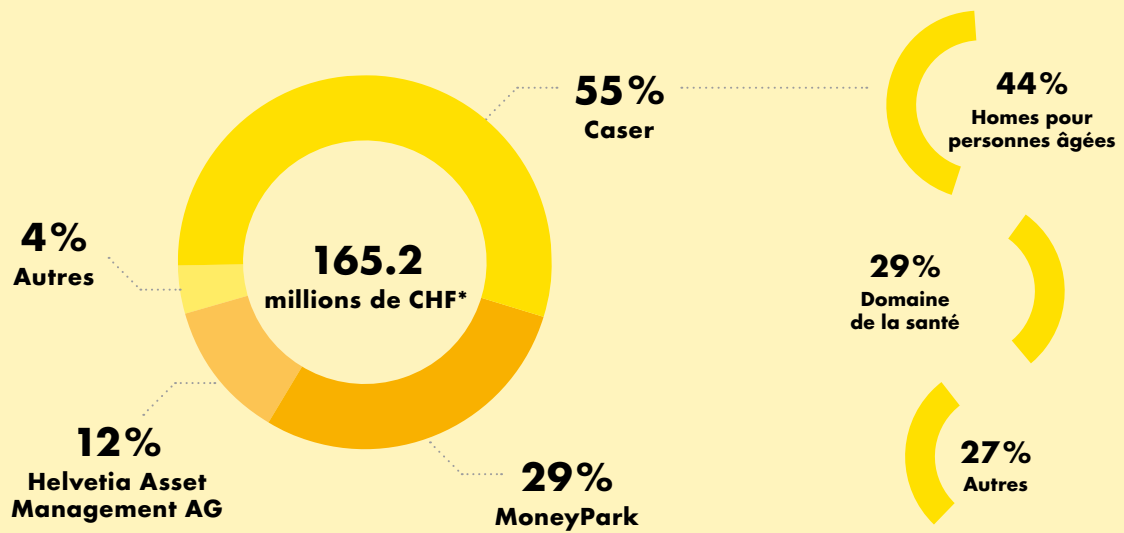
La réassurance groupe coordonne la réassurance à l'échelle du groupe et place de manière centrale les risques pris en charge sur le marché de la réassurance. Elle garantit ainsi l'application de normes uniformes et exploite les synergies du processus de réassurance.

### Propres fonds

Pour des raisons d'efficacité et de coûts, Helvetia possède aussi ses propres fonds, dans lesquels les succursales peuvent prendre des participations.

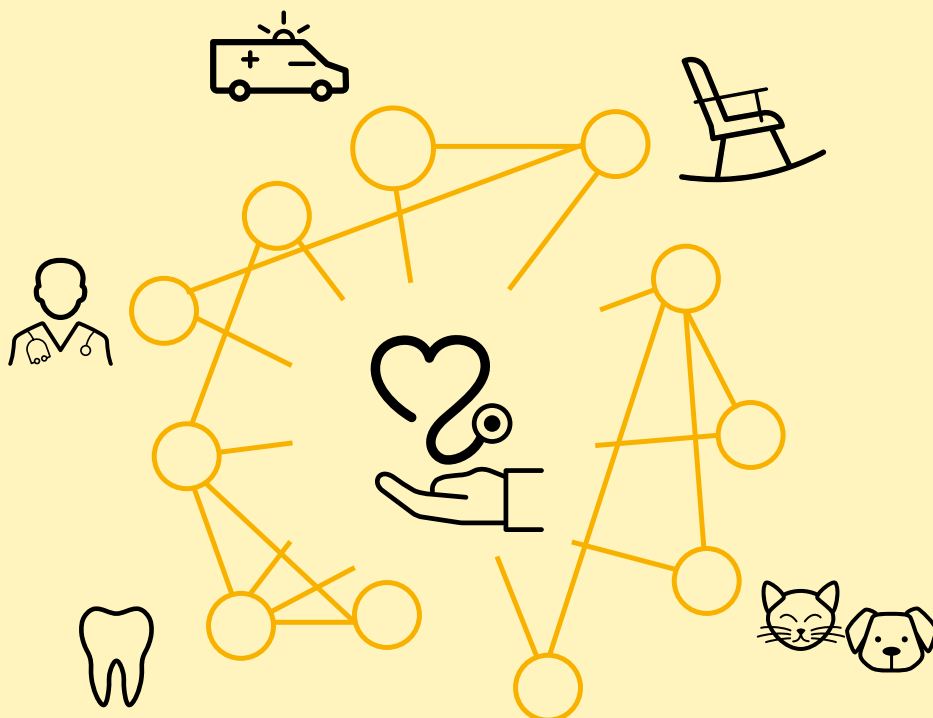


## Recettes de commissions



\* avant consolidation

## Ecosystème « Health »



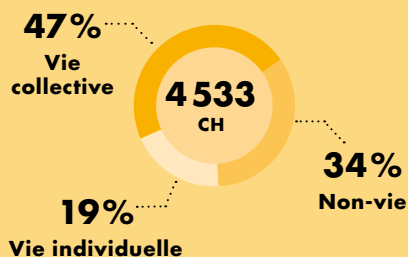
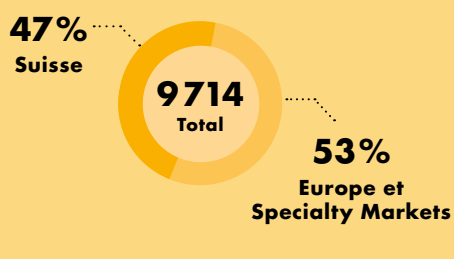
# Segment Suisse.



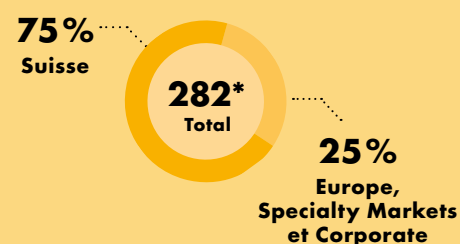
Helvetia est le premier assureur suisse toutes branches en Suisse. Le marché national, stable et rentable, constitue le fondement solide du développement du Groupe. Helvetia offre des prestations d'assurance à une clientèle privée ainsi qu'à des petites et moyennes entreprises. Nous avons un large réseau 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 Swisscanto par exemple, nous sommes un prestataire majeur de la prévoyance professionnelle (LPP), et 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 92.9%

## Marge des nouvelles affaires 2.7%

## Canaux de distribution



Propre service externe

Agents

Courtiers

Partenaires  
Swisscanto, Vontobel

Vente directe / nouveaux médias  
online@helvetia, Smile

\* comprend les pertes Corporate de 148 millions de CHF

## Un service qui sauve des vies

En tant que spécialiste du voyage et des loisirs, ERV, l'assurance voyage spécialisée d'Helvetia, a été particulièrement touchée par le COVID-19: elle n'avait encore jamais traité autant de sinistres au cours de ses plus de 100 ans d'existence. «*Des voyages et manifestations annulés en passant par les rapatriements de l'étranger: près de 40 000 clientes et clients ont pu compter sur nos solutions*», explique Jan Kundert, CEO d'ERV.

La pandémie de coronavirus a influencé les activités d'ERV, comme le montre le rapatriement d'un client de la République du Congo. Guy Luisier, un moine du Valais, vit six mois par an dans une région reculée du Congo. Au premier semestre 2020, il a dû être rapatrié en Suisse suite à une piqûre d'insecte; un défi de taille à une période où le trafic aérien était pratiquement au point mort du fait du COVID-19. Après une intervention de plusieurs jours, Guy Luisier a pu rentrer en Suisse. Aujourd'hui, il se porte bien grâce au traitement qu'il y a reçu.



L'histoire passionnante du rapatriement de Guy Luisier est racontée sur le blog d'Helvetia.

## Un sinistre? Chattez avec Clara!

«Bonjour, puis-je vous aider?» Les personnes qui consultent le site internet suisse d'Helvetia en allemand sont saluées, en bas de leur écran, par «Clara». Ce chatbot est l'«assistante d'assurance numérique» d'Helvetia. Elle aide les visiteurs à rechercher des informations ou les renseigne sur des questions d'assurance. Qu'ils utilisent un ordinateur, une tablette ou un smartphone, les clients peuvent soumettre leur demande à Clara ou déclarer un sinistre dans le chat et ils sont pris en charge immédiatement. En Suisse alémanique, un vol de vélo sur quatre passe déjà par le bureau de Clara. Mais elle peut également enregistrer les sinistres concernant l'assurance ménage et les bâtiments ou établir l'attestation d'assurance pour une nouvelle voi-

## Plus proche des clients grâce aux outils numériques

La pandémie de coronavirus a profondément changé notre quotidien. La distance est de mise, dans tous les domaines de la vie. Et cela concerne aussi le conseil à la clientèle. Dans ce domaine, Helvetia mise sur différentes formes d'interactions numériques. Elles ne peuvent toutefois pas remplacer les conseils personnalisés, surtout lorsqu'il s'agit d'une situation individuelle. En plus du conseil sur place (bien entendu dans le respect des mesures de protection), les agences générales Helvetia proposent des entretiens conseils par vidéo, via la plateforme «unblu». Comme pour un rendez-vous en agence, le conseiller et le client conviennent d'une date. Pendant l'entretien, ils peuvent partager des documents entre eux et même souscrire directement des produits non-vie avec une confirmation par chat. C'est une bonne alternative, qui permet de faire gagner du temps aux deux parties, comme le trouve aussi Andreas Rothacher, responsable des ventes de l'agence principale de Frick. Son client, Monsieur Deiss, de Sulz, ajoute: «*J'apprécie beaucoup le conseil par vidéo. Surtout quand il faut aller vite, on gagne le temps du trajet.*»



«Ma clientèle apprécie le conseil par vidéo en complément des conseils personnalisés en agence» explique Andreas Rothacher, responsable des ventes de l'agence principale de Frick.



ture. Elle règle tout en coulisse: il suffit ensuite d'aller chercher le certificat d'immatriculation auprès du service des automobiles. Pour le moment, elle ne parle encore que l'allemand, mais elle s'entraîne assidûment pour apprendre les autres langues nationales. L'exemple de Clara montre comment Helvetia utilise de nouvelles technologies pour interagir autrement avec sa clientèle.

→ [www.helvetia.ch/clara](http://www.helvetia.ch/clara)

# La prévoyance est un besoin essentiel

” **Hedwig Ulmer, à l’automne dernier, Helvetia a regroupé les deux domaines prévoyance privée et professionnelle. Pourquoi cette mesure ?**

La prévoyance privée et la prévoyance professionnelle ont beaucoup de points communs. Nous conseillons à notre clientèle de toujours considérer leur prévoyance comme un tout: AVS, caisse de pension et épargne. Chez Helvetia, nous savions donc que nous voulions utiliser encore mieux et plus efficacement notre vaste savoir-faire pour l’intégrer dans de nouvelles offres avec cette approche globale de la prévoyance.

## Que voulez-vous dire par nouvelles offres ?

Notre société a fortement changé au cours des dernières générations. Elle est devenue plus prospère et nos modèles de vie sont devenus plus individuels. Les parcours professionnels ne sont pas toujours linéaires, ce qui influence les besoins de prévoyance, qui évoluent eux aussi. Nos offres de prévoyance individuelle doivent donc être tout aussi flexibles.

## Quelles seront selon vous les opportunités d’avenir en ce qui concerne l’offre de prévoyance d’Helvetia ?

La prévoyance est un besoin essentiel. En tant que prestataire compétente de solutions de prévoyance complètes, Helvetia veut comprendre les besoins de sa clientèle et positionner ses produits en conséquence. Par nos offres simples et flexibles, nous accompagnons nos clients tout au long de leur vie, même lorsque les modèles de vie évoluent.

## A votre avis, quels sont les principaux défis en matière de prévoyance ?

Nous vivons toujours plus vieux, ce qui est positif en soi. Le problème, c’est que les jeunes générations ne suffisent plus et cela pèse sur notre concept à trois piliers. Pour l’AVS financée par répartition, un nombre de plus en plus restreint de jeunes doit payer toujours plus de retraites. Il en va de même pour la prévoyance professionnelle: plus personne n’épargne seulement pour soi-même, car les produits des avoirs des salariés doivent de plus en plus être utilisés pour le financement des retraites en cours. Ça n’a jamais été l’idée du 2<sup>e</sup> pilier. De plus, les taux d’intérêt bas représentent un défi pour la prévoyance professionnelle et les solutions

de garantie classiques de la prévoyance privée. Des réformes de la prévoyance vieillesse sont donc nécessaires depuis des années, mais le processus politique est au point mort.

## Pourquoi le processus politique piétine-t-il ?

Avec l’allongement de l’espérance de vie et sans rendements du fait des taux historiquement bas, il y a trois leviers simples pour conserver le niveau actuel: épargner plus, travailler plus longtemps ou renoncer. Comme aucun de ces leviers, pris individuellement, ne serait pas une solution facile, nous partons du principe que seule une combinaison habile des trois leviers permettra de garantir durablement les 1<sup>er</sup> et 2<sup>e</sup> piliers. Il incombe actuellement aux responsables politiques de trouver l’équilibre entre ces leviers.

## Et quelle est la solution selon vous ?

Chez Helvetia, nous avons déjà mis en œuvre des mesures pour la prévoyance professionnelle afin de réduire massivement la subvention croisée des salariés vers les bénéficiaires de rente. Cela ne peut pas se faire du jour au lendemain, ce serait trop douloureux. Les solutions des caisses de pension ont été modernisées, les primes prélevées plus fortement selon le principe de causalité. De plus, nous baissions progressivement les taux de conversion pour l’assurance complète et la solution partiellement autonome à un niveau plus réaliste. Nous avons donc exploité notre marge de manœuvre dans l’intérêt des clients et assaini leurs solutions de prévoyance. Par ailleurs, il reste important de prendre en main sa propre prévoyance. Avec la baisse des prestations des 1<sup>er</sup> et 2<sup>e</sup> piliers, le 3<sup>e</sup> pilier gagne en importance. Celui-ci doit être constitué le plus tôt possible et de manière autonome. Chez Helvetia, nous voulons encore travailler davantage avec nos clients sur la planification globale et flexible de la prévoyance vieillesse individuelle.



**Hedwig Ulmer – Responsable Prévoyance**

# « Nous devons trouver de nouvelles manières d'accéder à nos clients. »

**” Martin Jara, depuis le 1<sup>er</sup> mai, Helvetia s'est réorganisée et dispose désormais d'un Comité de direction suisse. Vous êtes le nouveau CEO pour le marché national. Comment ont été vos débuts ?**

J'ai pris mes fonctions en plein confinement. Ce sont, bien entendu, des conditions particulières pour débiter, mais les trente autres nouveaux collaborateurs qui ont participé comme moi à la « Journée de bienvenue » virtuelle à cause de la pandémie ont connu la même situation. J'ai donc été très chaleureusement accueilli virtuellement chez Helvetia. Et j'ai immédiatement senti qu'une partie de la culture d'entreprise consiste à vouloir atteindre quelque chose ensemble et que le « collectif » joue un rôle important. C'est une valeur qui me correspond et sur laquelle j'ai pu m'appuyer dès le premier jour.

**Comment Helvetia a-t-elle réagi face à la crise ?**

J'ai été impressionné par la manière dont notre entreprise a géré cette situation. Et avec quel pragmatisme les collaborateurs ont cherché et trouvé des solutions: en très peu de temps, des solutions rapides et simples ont été mises en œuvre pour répondre aux demandes des clients; les clients d'agence ont été équipés de masques et de désinfectants; une proposition de règlement à l'amiable a été élaborée pour la branche de la restauration et l'opération de solidarité #helvetiasoutient a été lancée. Cela n'a été possible que parce que nous étions attentifs au marché et que nous avons écouté nos clients.

**Quels sont vos objectifs pour Helvetia Suisse ?**

Mettre en œuvre la « simplicité » est une priorité. Les clients ne doivent pas ressentir que nos activités sont complexes. Mais nous devons aussi éliminer les inefficacités. De plus, l'accès aux clients évolue. Dans ce domaine-là aussi, nous allons nous engager sur de nouvelles voies – dans les canaux traditionnels et numériques, mais aussi via des partenaires qui nous permettent d'utiliser leurs relations clients.

**Après avoir mis un terme à sa collaboration avec Raiffeisen, Helvetia investit dans la fintech suisse neon. Helvetia mise-t-elle davantage sur les start-up pour ses partenariats ?**

Neon marque pour nous le début de nouvelles approches dans notre activité de partenariat. Nous sortons d'un long partenariat exclusif avec

Raiffeisen. Maintenant, nous nous sommes ouverts et nous offrons une plateforme dédiée à des partenaires très différents – une « plateforme ouverte ». Je suis convaincu qu'en particulier dans le secteur financier, la numérisation nous ouvre de nouvelles opportunités – en tant que partenaire stable avec des solutions fiables. Avec leurs approches innovantes, les jeunes entreprises peuvent nous donner des impulsions intéressantes en la matière.

**Un autre partenariat débute en 2021 avec l'Institut des jeunes entrepreneurs (IFJ).**

**Quels en sont les objectifs ?**

En tant qu'assureur toutes branches, nous répondons aux besoins individuels des PME. Qu'il s'agisse de risques classiques comme le bâtiment, les stocks, le parc de véhicules ou la responsabilité civile, de nouveaux cyberrisques ou de risques internationaux plus complexes comme le transport, nous proposons tout avec un seul prestataire et pouvons fournir des solutions sur mesure à chacun de nos clients. Grâce au partenariat avec l'IFJ, nous pouvons maintenant proposer des offres spécialement conçues pour les besoins spécifiques des jeunes entreprises, en plus des entreprises déjà bien établies. Cela élargit notre potentiel sur le marché et renforce notre positionnement en tant qu'assurance compétente pour les PME.

**L'importance de la numérisation a augmenté pendant la pandémie. En quoi cela modifie-t-il le suivi de la clientèle ?**

Nous avons tous vite appris, là où la distanciation était de mise, à utiliser tout naturellement et systématiquement les outils numériques. La numérisation fait partie de la vie de nos clients, ce qui se traduit aussi par le fait que Smile affiche une très bonne année, par exemple. Mais nos agences proposent elles aussi depuis longtemps le conseil en visio avec la plateforme « unblu ». Nous avons développé fortement ce service en 2020. Mais nous voulons, à l'avenir aussi, assurer un service optimal à notre clientèle sur tous les canaux. En effet, les clients doivent pouvoir décider de manière individuelle et en fonction des situations comment ils souhaitent nous contacter.



**Dr Martin Jara –  
CEO Suisse**

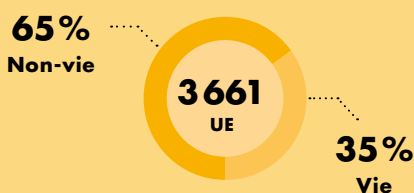
# Segment Europe.



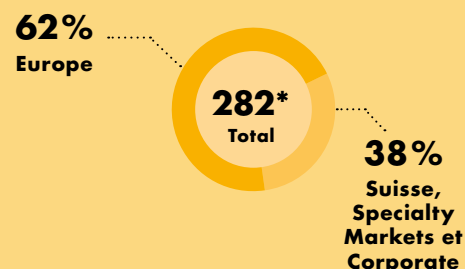
Sur le segment Europe, Helvetia a également un positionnement cohérent. La marque « Helvetia » est représentée dans plusieurs pays. Comme en Suisse, l'accent est mis sur les affaires avec les clients privés ainsi que les petites et moyennes entreprises. Helvetia propose l'ensemble des produits non-vie 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 très 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**  
**92.7%**

**Marge sur les nouvelles affaires**  
**2.5%**

## 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	18 worksite marketing partners – 20 partenaires bancaires avec 1 500 succursales – partenariat avec banque numérique	3 partenaires bancaires – 11 accords de distribution avec des banques
<b>Vente directe / nouveaux médias</b>		•	•	•

\* comprend les pertes Corporate de 148 millions de CHF

# Avec Caser, Helvetia reprend un poids lourd du marché de l'assurance espagnol

L'année dernière, Helvetia a pris une participation d'environ 70% dans l'assureur espagnol Caser. Fondée il y a près de 80 ans, l'entreprise agit depuis 1960 en tant qu'assureur toutes branches et elle est devenue ces dernières années l'un des assureurs leader en Espagne, notamment dans le domaine attractif des affaires non-vie. Caser a commencé la vente d'assurances par le biais de partenaires bancaires en 1992 et dispose aujourd'hui d'un solide réseau de distribution bancaire grâce à des accords conclus avec Ibercaja, Unicaja, Liberbank et d'autres banques. Les partenaires stratégiques du domaine de la distribution bancaire conservent environ 30% de Caser et les coopérations commerciales sont maintenues.

Avec la reprise de Caser, le volume d'assurance d'Helvetia sur le marché espagnol est multiplié par quatre et atteint environ 1,8 milliard d'euros. Ainsi,

Helvetia fait désormais partie des dix principaux prestataires sur le marché de l'assurance espagnol. De plus, l'Espagne devient le principal marché étranger du groupe Helvetia. Environ 1 milliard d'euros du volume de primes revient aux affaires non-vie, ce qui renforce ce secteur d'activité dans le groupe.

Outre l'activité d'assurance, Caser n'a cessé d'acquiescer d'autres sources de revenu depuis 2004 et réalise actuellement un chiffre d'affaires d'environ 200 millions d'euros dans le domaine de la gestion d'hôpitaux et d'établissements de soins ainsi que dans celui des prestations d'assistance et de service.

Caser a la réputation d'être un assureur innovant et a enregistré une forte croissance ces dernières années, aussi bien sur le plan organique que par des acquisitions. L'entreprise compte approximativement 2,3 millions de clients et 5 000 collaborateurs.



## « Le rachat de Caser représente un jalon. »

**» Markus Gemperle, le COVID-19 a eu d'importantes conséquences sur les voyages en Europe. Cela a-t-il aussi entraîné des restrictions pour vous, en tant que directeur Europe d'Helvetia ?**

Oui, bien sûr. Avec les restrictions de voyage, il n'a pas toujours été possible de tenir les réunions prévues en présentiel. Mais les CEO des différentes sociétés nationales et moi-même sommes une équipe bien rodée et nous échangeons déjà régulièrement en visioconférence avant le coronavirus. Nous avons donc pu nous adapter sans problème à la nouvelle situation.

**L'année dernière, Helvetia a racheté l'assureur espagnol Caser. La reprise s'est-elle bien passée malgré la pandémie ?**

Nous avons annoncé le rachat au mois de janvier 2020. A ce moment, j'ai encore pu me rendre à Madrid afin de mettre en place une collaboration étroite avec l'équipe dirigeante de Caser. C'était très important pour moi et cela a contribué à faciliter les étapes d'intégration suivantes, qui se sont déroulées dans des conditions plus difficiles. Les ateliers et les rencontres avec Caser n'étant plus possibles en présentiel, tout le monde a travaillé dans les bureaux locaux, voire en télétravail, et élaboré des programmes communs qui ont été mis en œuvre conformément aux plans. Nous sommes fiers d'être parvenus à réaliser ensemble ce rachat malgré le contexte difficile.

**Quelles sont les raisons de cette reprise ?**

Pour Helvetia, l'Espagne est depuis longtemps déjà un marché intéressant, à forte marge. Nous avons donc pour objectif un renforcement organique et non organique de notre position sur ce marché. La reprise de Caser s'inscrit parfaitement dans notre stratégie. Grâce à cette compagnie, nous augmentons considérablement notre part de marché en Espagne, nous développons nettement le domaine attractif des affaires non-vie et nous consolidons notre capacité de distribution avec la distribution bancaire déjà mise en place. De plus, nous exploitons avec Caser de nouveaux domaines

d'activité et de nouvelles sources de revenus dans l'activité hors assurance.

**L'actuelle période stratégique se termine en 2020. Quels sont les résultats atteints sur le segment Europe ?**

Au début de la période stratégique, des intégrations liées à des rachats étaient à l'ordre du jour dans tous les pays: celles des anciennes sociétés Nationale Suisse en Allemagne, en Italie et en Espagne et celles de la Bâloise Autriche en Autriche. Nous sommes non seulement parvenus à atteindre nos objectifs de synergies, mais aussi à continuer de développer le meilleur des deux mondes et à nous positionner comme compagnie d'assurances compétente techniquement et partenaire fiable des agents, des courtiers et des banques. Cela se traduit, entre autres, par la forte croissance des primes, qui est nettement supérieure au marché, et par l'amélioration de notre rentabilité.

**Quelles sont vos ambitions pour le segment Europe ?**

Nous continuons sur la voie sur laquelle nous nous sommes engagés et profitons de la dynamique. Nous nous sommes fixé des objectifs ambitieux sur tous les marchés nationaux pour les années à venir. De plus, nous misons sur un degré élevé de numérisation et d'automatisation afin de renforcer l'efficacité, la vitesse, la transparence, la proximité et la connectivité pour nos clients et nos partenaires.



HOSPITALES PARQUE



### **Certains pays ont beaucoup souffert du COVID-19. Comment les affaires ont-elles évolué pendant la pandémie?**

Nous avons bien su gérer ce contexte difficile. Dans toutes les entités européennes, le passage au télétravail s'est déroulé sans problème et la continuité des affaires journalières a été assurée en permanence. Dans la plupart des pays, presque tout le personnel travaillait à domicile. Grâce aussi aux solutions numériques, nous avons pu fournir tous nos services au niveau de qualité habituel, qu'il s'agisse du soutien de nos partenaires com-

merciaux ou du traitement d'un sinistre. Comme en Suisse, Helvetia a pris diverses mesures sur les marchés nationaux européens pour soutenir ses clients: des solutions communes pour des cas concrets de sinistres jusqu'à des délais de paiement ou des concepts de couverture plus flexibles. Nous avons, par exemple, accordé des délais de paiement plus longs à nos clients pendant la crise.



**Dr Markus Gemperle – CEO Europe**

## **Une offre tournée vers l'avenir pour des véhicules intemporels**

Helvetia Allemagne dispose de longues années d'expérience dans l'assurance des voitures de collection et connaît précisément les besoins des amateurs de voitures anciennes. Depuis début 2020, les voitures de collection peuvent être assurées en ligne en toute simplicité sur [helvetia.de](https://www.helvetia.de). Avec cette solution d'assurance, Helvetia Allemagne va encore un peu plus loin dans la numérisation de son portefeuille de produits. A cause du COVID-19, les mesures de marketing concernant l'assurance des voitures anciennes ont été numérisées en 2020: puisqu'une présence lors d'événements rassemblant des voitures de collection n'était pas possible, Helvetia a lancé en décembre une nouvelle chaîne YouTube dédiée aux amateurs de véhicules anciens, en collaboration avec le ClassicCar-Club Automobile Meilensteine (AM). Les vidéos traitent de thèmes pratiques portant sur les véhicules de collection et s'adressent autant aux amateurs qu'aux professionnels. Les tournages ont eu lieu à l'atelier ClassicsRepair d'AM à Francfort.

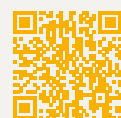
Les vidéos présentent des informations utiles sur les voitures anciennes. Premières réflexions sur un projet d'achat, décision d'achat, plaisir de rouler et entretien: de nombreux aspects pertinents sont abordés de manière authentique et compréhensible. Les personnes intéressées découvrent ainsi toutes les informations importantes sur les transformations avec les techniques modernes, les conséquences d'immobilisations prolongées et la détection des vices cachés.



De par son nom «Zeitlos» («intemporel»), cette nouvelle chaîne YouTube symbolise le fait que les voitures anciennes sont indémodables et que le sentiment que procure la conduite d'une voiture de collection séduit les conducteurs de toutes les générations.

A l'aide d'une large sélection de véhicules, «Zeitlos» montre ce qu'implique la possession d'un véhicule de collection en termes de travail et de dépenses, mais aussi la joie qu'elle procure. Qu'il s'agisse de la Ford Mustang Shelby Eleanor, révélée dans le film «60 secondes chrono», de la Lotus Esprit V8, de la VW Coccinelle cabriolet ou encore de l'Opel Kadett – il y en a pour tous les goûts sur la chaîne YouTube.

La chaîne YouTube «Zeitlos»  
est accessible ici.



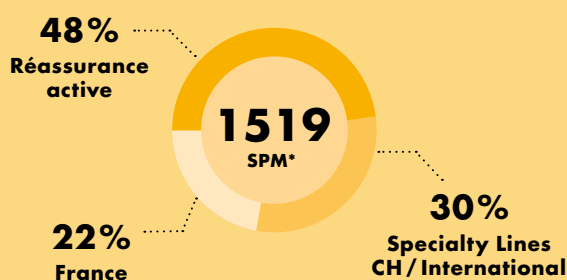
# Segment Specialty Markets.



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), Aéronautique 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 mio de CHF)



\* Specialty Markets

## Ratio combiné net **97.5%**

## Résultat IFRS (en mio de CHF)

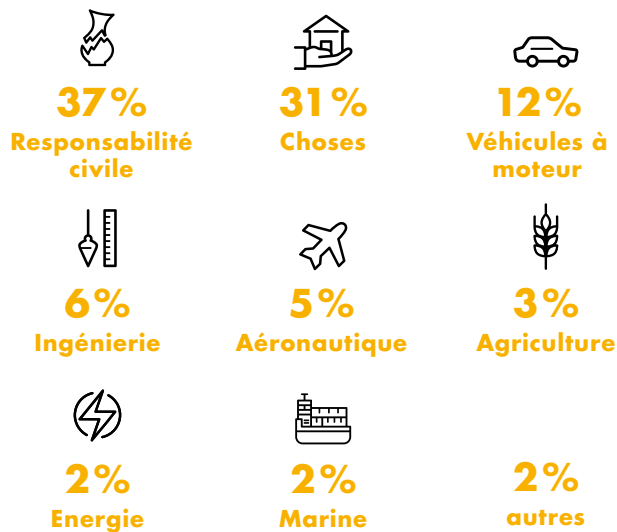


\* comprend les pertes Corporate de 148 millions de CHF

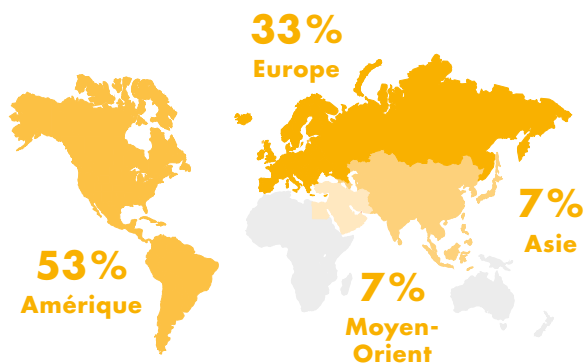
## Réassurance active

↔ → Relations d'affaires étendues, très bonne qualité de l'activité réassurée décisive

### Diversification par domaine d'activité (2020)



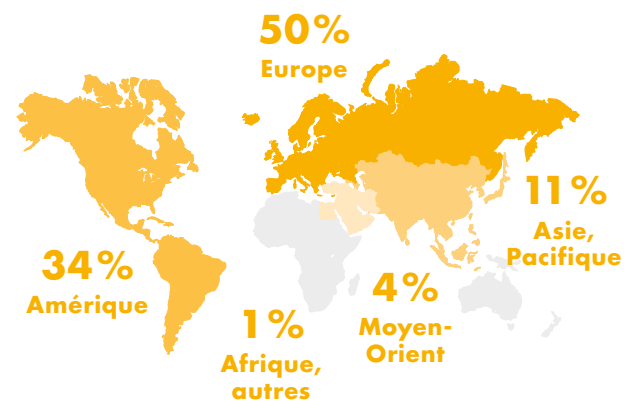
### Diversification par région (2020)



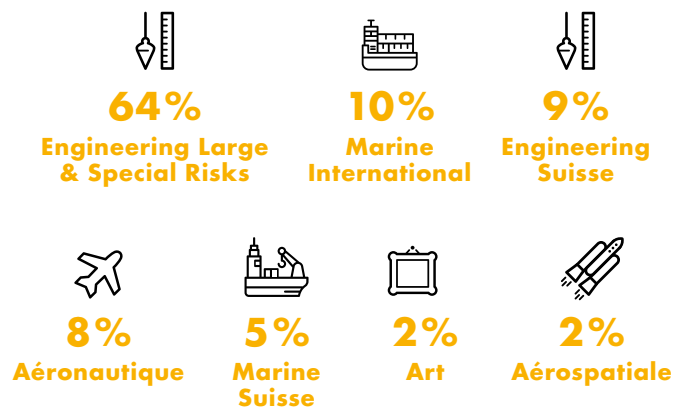
## Suisse et International

👥 → Position de leader en Suisse, soutien de l'expansion mondiale de nos clients suisses, présence internationale, plusieurs succursales à l'étranger

### Diversification par région (2020)



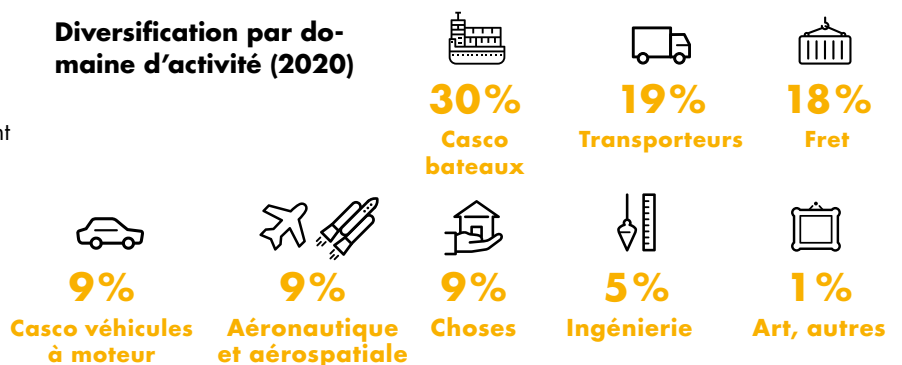
### Diversification par domaine d'activité (2020)



## France

🌐 → Réseau de distribution performant avec 12 agences commerciales régionales et locales

### Diversification par domaine d'activité (2020)





Des informations de fond, des vidéos explicatives, des communiqués de presse et des statistiques sur la cyber-assurance sont disponibles dans la nouvelle brochure en ligne.

## Des cyberintrus perturbent le télétravail? Pas avec Helvetia!

La cyber-assurance est une offre relativement récente d'Helvetia, qui se développe toutefois rapidement du fait de la numérisation galopante. Dans le monde, la mise en réseau virtuelle d'appareils informatiques, de machines et d'installations augmente l'efficacité, mais aussi le risque de cyberattaques entraînant d'importantes conséquences négatives. Les PME, qui protègent leur environnement informatique avec des moyens financiers limités, sont particulièrement menacées par cet ennemi virtuel.

Les mesures visant à endiguer le COVID-19 ont ouvert la voie à de nouvelles attaques. En 2020, beaucoup d'entreprises sont passées au télétravail du fait de la pandémie. Les cybercriminels ont profité de cette situation pour extorquer des données et des

fonds à l'aide de nouvelles méthodes. Les attaques de ransomware ont représenté l'un des principaux dangers. Elles se sont généralement déroulées selon le schéma suivant: un logiciel malveillant pénètre le système informatique d'une entreprise et crypte les données numériques, puis s'ensuit un chantage.

De plus, pendant la crise du coronavirus, les cybercriminels ont élargi leurs attaques. Outre le cryptage de données, ils ont misé sur des stratégies de chantage et menacé de publier des contenus sensibles qu'ils avaient copiés avant le cryptage. Les données particulièrement précieuses comme celles de patients ou de cartes de crédit ou les secrets d'affaires sont même parfois vendus aux enchères virtuelles sur le Darknet.



Helvetia soutient les PME dans la protection de leurs données et la sensibilisation de leurs collaborateurs. Le contrôle de sécurité d'Helvetia permet ainsi de donner à l'entreprise, à peu de frais, un bilan de ses mesures de sécurité. Des formations sur la sécurité abordant différents thèmes comme le clean desk, l'ingénierie sociale et le public talk sont disponibles librement en ligne. Et si, malgré cela, une cyberattaque ne pouvait être contrée, un système de sauvegarde bien pensé est indispensable pour en atténuer les conséquences.

## Voler dans l'espace avec Helvetia

Depuis l'été 2020, Helvetia propose des assurances pour l'aérospatiale dans le domaine de marché Specialty Markets. Elle se concentre sur la couverture de vols de fusées de lancement et de l'exploitation de satellites en orbite. Jan Schmidt, qui a rejoint Helvetia il y a peu, est responsable de cette nouvelle offre d'assurance. Cet ingénieur de formation a travaillé de longues années dans l'industrie aérospatiale, par exemple sur le projet européen de la fusée Ariane, avant de rejoindre le secteur de l'assurance voilà plus de vingt ans. L'évaluation des risques actuariels est très compliquée lorsqu'il s'agit d'assurance aérospatiale, comme l'explique

M. Schmidt: *«L'évaluation des risques est l'une des tâches les plus importantes et les plus complexes. Mes longues années d'expérience dans le domaine du space underwriting, mes études d'ingénieur et mon expérience professionnelle en tant qu'ingénieur en aérospatiale sont les conditions de base pour étudier précisément ces risques. De plus, il est important que nous échangions en permanence avec nos clients et les ingénieurs des constructeurs de satellites et de fusées.»* Après avoir ajouté en 2019 les assurances aéronautiques à son offre d'assurances, Helvetia peut maintenant poursuivre la diversification de son portefeuille avec le domaine aérospatial.



## L'assurance transport en temps de pandémie

**A**près l'entrée en vigueur de la Constitution fédérale suisse en 1848, le pays a connu un essor économique. En particulier, la ville de Saint-Gall a joui d'une activité économique florissante: grâce à son raccordement au réseau ferroviaire international naissant, les textiles et les broderies de l'est de la Suisse étaient expédiés à Milan, Lyon, Varsovie et à l'étranger. Cela a conduit à la création de la Compagnie d'Assurances Générales Helvetia le 6 décembre 1858. Cette compagnie a été la première en Suisse à proposer une assurance contre les risques liés au transport terrestre, fluvial et maritime. L'assurance transport d'Helvetia était née.

### **D'une importance capitale pour les entreprises**

Aujourd'hui encore, le transport et l'entreposage de marchandises comportent des risques sur lesquels l'entrepreneur ne peut bien souvent exercer aucune influence. La crise du coronavirus a montré combien une bonne logistique est importante. Les situations extraordinaires peuvent ébranler un système pourtant bien rodé. L'endommagement et la perte de marchandises transportées arrivent quotidiennement, même sans pandémie mondiale. Il en résulte des préjudices financiers liés aux marchandises endommagées, des interruptions d'activité ou des pertes de revenus. Une assurance transport offre une protection financière aux entreprises en cas de pertes et d'endommagements pour différentes raisons, mais principalement pendant les transports,

les manipulations, les stockages, les expositions et, surtout, lors des chargements, des transbordements et des déchargements.

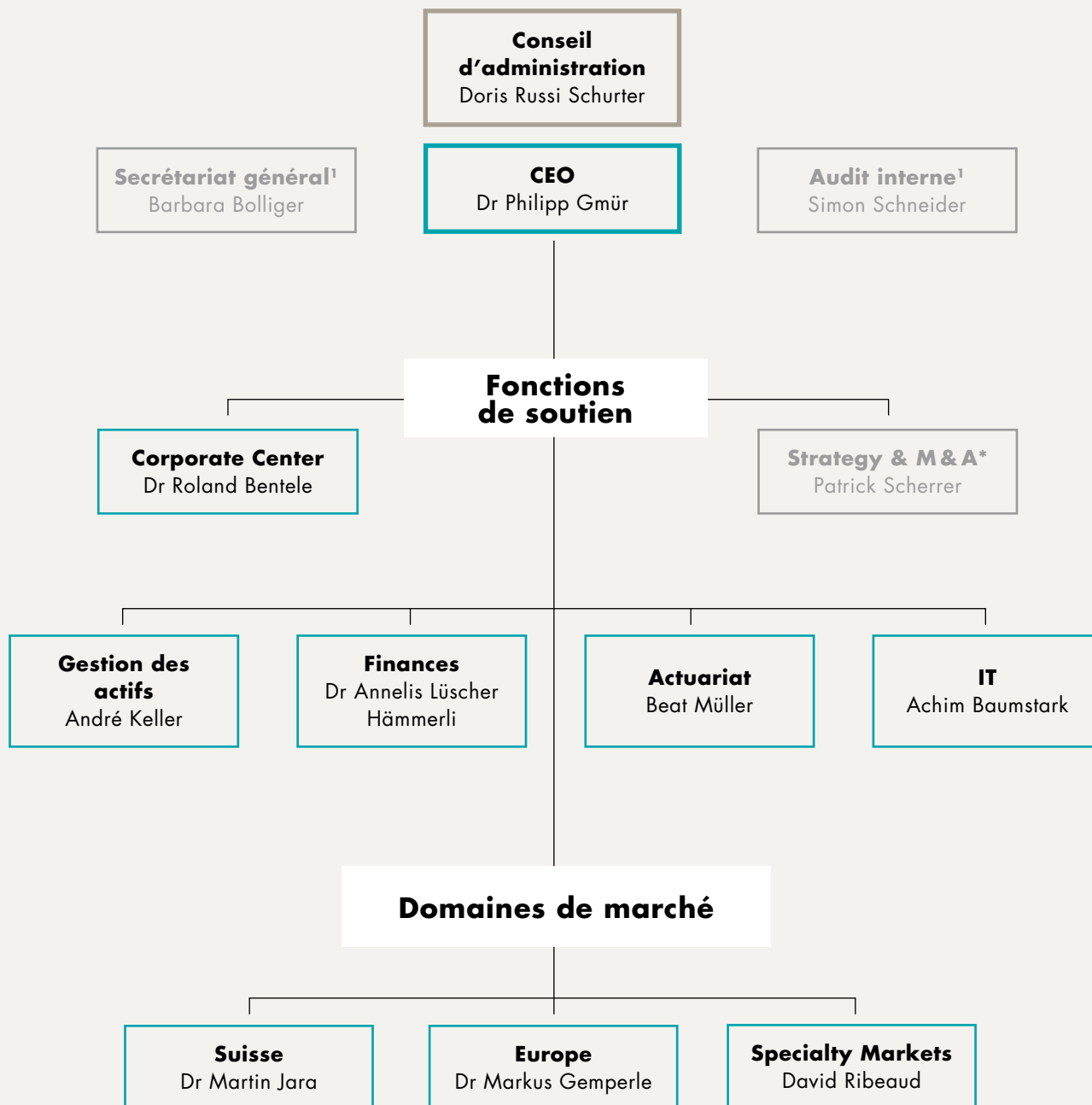
### **Allongement des durées d'entreposage à cause du COVID-19**

Pendant la pandémie de coronavirus, il s'est notamment avéré essentiel de maintenir les couvertures existantes pour une durée accrue de transit, d'exposition ou d'entreposage. Tout au long de cette période, les marchandises ont pu être parfaitement protégées grâce à l'assurance transport. Les fermetures de frontières et l'auto-isollement de certains Etats ont entraîné le blocage de transports de marchandises et de chaînes de livraison, surtout en début de crise. Helvetia a soutenu sa clientèle professionnelle en lui permettant d'accéder directement à son réseau mondial de commissaires d'avaries, pour la conseiller et gérer sur place sans bureaucratie les marchandises bloquées.

Helvetia est non seulement le plus expérimenté, mais aussi le plus grand assureur de transport suisse – pour tous les secteurs économiques et toutes les tailles d'entreprise. Avec Helvetia Principauté de Liechtenstein, les filiales européennes et un réseau de partenaires multinational, un interlocuteur personnel local issu d'une équipe d'experts opérant en Suisse et à l'international est à la disposition de nos clients pour répondre à tous leurs besoins.



Curriculum vitae  
des membres de  
la Direction du  
Groupe



■ Membres de la Direction du Groupe

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

\* Fonction d'état-major

Etat: 31 décembre 2020

## Notre Conseil d'administration



Doris Russi Schurter



Dr Hans C. Künzle



Dr Thomas Schmuckli



Beat Fellmann



Jean-René Fournier



Dr Ivo Furrer



Prof. Dr Christoph  
Lechner



Dr Gabriela  
Maria Payer



Dr Andreas von Planta



Regula Wallimann

## La Direction de notre Groupe



Dr Philipp Gmür



Achim Baumstark



Dr Roland Bentele



Dr Markus Gemperle



Dr Martin Jara



André Keller



Dr Annelis Lüscher Hämmerli

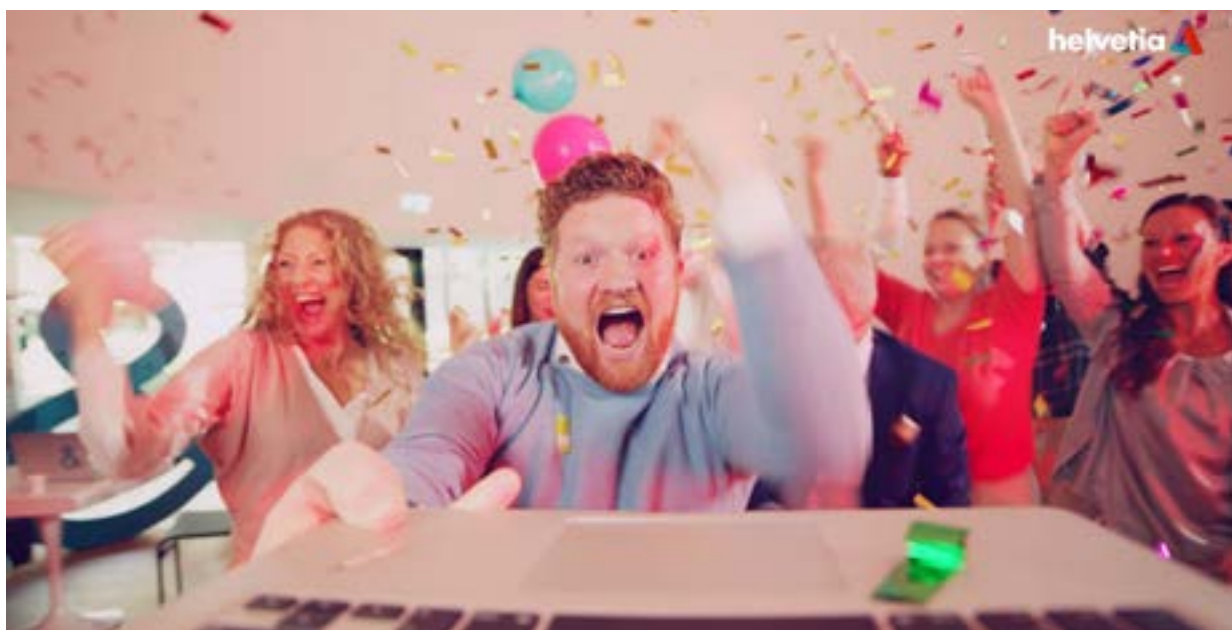


Beat Müller



David Ribeaud

# Recruiting 2020: dématérialisé, virtuel – une expérience unique.



Chaque année, le groupe Helvetia accueille plusieurs centaines de nouveaux collaborateurs. Ces recrutements ne peuvent se dérouler efficacement que grâce à la numérisation. De plus, par ses vidéos personnalisées, Helvetia offre une expérience du recrutement unique en son genre dans la région DACH.

Qu'est-ce qui caractérise notre processus de recrutement? L'équipe Human Resources du groupe s'était déjà posé cette question avant le coronavirus. Chez Helvetia, le processus de candidature est numérisé depuis longtemps. Les candidats peuvent postuler en seulement quelques clics et en téléchargeant leur curriculum vitae et leurs certificats.

Les entretiens d'embauche virtuels existaient eux aussi déjà avant le coronavirus. Cependant, dès le printemps 2020, tous les entretiens ont dû se tenir en ligne sur tous les marchés nationaux d'Helvetia en raison de la crise sanitaire. L'expérience a montré que cela fonctionne.

## Une innovation suisse primée

Malgré tout, la touche personnelle faisait défaut. C'est pourquoi, à la fin de l'été, une innovation supplémentaire inédite à l'échelle mondiale a été introduite en Suisse dans le processus de recrutement: des vidéos personnalisées pour communiquer avec les candidats. Dès le dépôt de sa candidature et jusqu'à la réponse positive ou négative, chaque candidat ou candidate reçoit régulièrement des messages vidéo. Ces messages ont pour particularité que les nouveaux collaborateurs potentiels voient régulièrement leur nom, par exemple sur des cartes de visite, des écrans ou des fanions qui s'affichent. Cet élément ludique, et surtout, personnalisé ne manque pas de surprendre. Il est rendu possible par une technologie qui réalise des vidéos personnalisées de manière entièrement automatisée en seulement quelques minutes. Pour cette innovation, l'équipe de People Attraction s'est déjà vu décerner quatre fois la médaille d'or lors de prix renommés dans le domaine des RH. Cela confirme qu'Helvetia offre l'une des meilleures expériences de recrutement dans la région DACH (Allemagne, Autriche, la Suisse).



Découvrez le monde du recrutement et de l'employer branding d'Helvetia. Consultez nos dernières vidéos d'offres d'emplois dès maintenant sur youtube.



## De nouvelles places d'apprentissage et un soutien complémentaire suite au coronavirus

Au printemps dernier, en pleine crise sanitaire, Helvetia Suisse s'est vite aperçue qu'il fallait venir en aide aux jeunes qui recherchaient une place d'apprentissage ou achevaient leur apprentissage. Nous n'avons pas hésité longtemps et avons publié dix places d'apprentissage supplémentaires, sans formalités, en plus des 41 qui figuraient déjà sur la page d'accueil d'Helvetia.

Mais cela ne suffisait pas. Employer Branding & next generation savait que les jeunes en fin d'apprentissage dans l'entreprise étaient particulièrement touchés par cette situation difficile.

Suite à la crise du coronavirus, le marché du travail suisse s'est encore durci pour les jeunes à la recherche d'un premier emploi. C'est pourquoi nous avons proposé à dix jeunes en fin d'apprentissage de rester six mois de plus au sein de notre entreprise et de gagner ainsi plus de temps pour rechercher un emploi. Grâce à cette initiative, nous avons pu nous assurer qu'en août 2020, nos 51 apprentis en fin de formation avaient une solution pour la suite. Par chance, 35 d'entre eux sont restés chez Helvetia, que ce soit avec une embauche ferme, en tant que Student@helvetia en commençant des études de bachelor, ou à temps partiel pour passer la maturité professionnelle. Helvetia offre de nombreuses possibilités d'intégration aux jeunes talents !



## FlexOffice: un pas vers l'avenir

Avec l'introduction du FlexOffice, Helvetia permet de travailler indépendamment du lieu ou des horaires, grâce au bureau mobile et au télétravail. L'ambition est claire: le travail flexible doit devenir la règle à l'avenir.

Lorsqu'au printemps 2020, le coronavirus a également touché tous nos marchés nationaux, environ 90% de notre personnel – soit plus de 6000 personnes – sont passés au télétravail quasiment du jour au lendemain. En France et en Italie, près de 100% des collaborateurs ont même travaillé uniquement depuis leur domicile entre les mois de mars et de mai.

### Une évolution bien partie pour durer

Après cette expérience, une chose était claire: chez Helvetia, le FlexOffice doit devenir la nouvelle normalité non seulement aux sièges principaux, mais aussi dans les agences, tant en Suisse qu'à l'étranger. Et le plus important: le FlexOffice est bien parti pour durer, y compris après le coronavirus. Pour la Suisse, cela signifie qu'au moins 30% du temps de travail doit être assuré de manière flexible depuis le domicile ou ailleurs, en déplacement.

On constate dès à présent que le bureau devient davantage un lieu d'échanges. Helvetia est convaincue que le mix entre le bureau et le FlexOffice offre une grande liberté à ses collaborateurs et contribue ainsi à instaurer un climat de travail stimulant qui s'inscrit dans une « nouvelle normalité ». Cette évolution représente une étape supplémentaire vers l'emploi de demain et nous conforte dans notre ambition de diversité.



Vous pouvez lire le blog détaillé sur le FlexOffice dans les Helvetia Stories.

# L'art en temps de crise.

La souplesse a été une qualité particulièrement sollicitée en 2020. Car les retombées de la pandémie de coronavirus n'ont épargné personne dans notre société, pas même les milieux artistiques. Les foires d'art n'ont pas pu avoir lieu et les expositions ont été reportées, fermées de manière anticipée ou annulées. Une question fondamentale s'est posée: comment, dans une telle situation, peut-on continuer à rendre l'art accessible? Dans cet environnement difficile, on a néanmoins constaté une fois de plus que les défis peuvent donner naissance à de nouvelles approches et de nouveaux formats.

## Pas d'exposition solo à la Liste malgré le Prix d'art Helvetia

La foire internationale de l'art Liste Art Fair Basel a fêté en 2020 son 25<sup>e</sup> anniversaire. Mais le COVID-19 a mis un coup d'arrêt à la planification de la foire qui aurait dû le célébrer: même après avoir été reportée à l'automne, l'exposition physique n'a pas pu avoir lieu. Tiphany Kim Mall, la lauréate du Prix d'art Helvetia en 2020, a également été touchée par cette annulation. Depuis 2004, ce prix d'encouragement est décerné chaque année à un jeune talent suisse prometteur qui débute sa carrière. Grâce au prix de CHF 15 000, cette artiste vivant à Bâle peut maintenant



s'offrir son propre atelier. Toutefois, le Prix d'art Helvetia offre aussi la possibilité de présenter une exposition solo à la Liste Art Fair de Bâle, ce qui n'a pas été possible dans la situation actuelle. Tiphany Kim Mall aura une nouvelle fois l'opportunité de participer à la Liste en 2021.

## Un bond dans le monde numérique

Pendant cette année difficile, la Liste est toutefois parvenue à réaliser son objectif principal: présenter une nouvelle génération de galeries qui représentent les nouvelles tendances de l'art contemporain, grâce à son nouveau format en ligne «Liste Showtime Online». Sur une plateforme virtuelle, les galeries ont pu présenter un artiste à l'aide de différents médias comme la vidéo, l'image ou le son. Joanna Kamm, directrice de la Liste Art Fair de Bâle, se réjouit qu'une nouvelle plateforme dédiée aux amateurs d'art ait pu voir le jour si rapidement: «Certaines possibilités n'auraient pas été réalisables hors ligne. Nous continuerons de poursuivre ces nouvelles approches dans des formats en ligne. Toutefois, je souhaite qu'elles permettent à l'avenir d'enrichir les événements physiques au lieu de les remplacer.»

## Helvetia soutient des projets physiques

La Liste a comblé son absence physique en 2020 par une approche virtuelle. Parallèlement, de nombreux efforts ont aussi été déployés pendant cette période pour que les rencontres personnelles avec l'art restent possibles. Ainsi, le Foyer d'art Helvetia a accueilli trois expositions en 2020, notamment l'exposition «Caméléon» de l'artiste Giacomo Santiago Rogado. Les curateurs du Foyer d'art Helvetia entretiennent de bonnes relations avec de nombreux artistes dont les œuvres sont représentées dans la collection de l'entreprise. Des commandes spéciales ont ainsi pu être passées, que les quatre artistes Beni Bischof, Albrecht Schnider, Andriu Deplazes et Monica Ursina Jäger ont honoré dans le cadre d'une exposition au Musée d'Art de Pully, qui a également montré des œuvres de la collection d'art d'Helvetia. Pour beaucoup d'artistes, en effet, l'enjeu pendant cette année pleine d'incertitudes n'était pas seulement de capter l'attention et d'asseoir leur présence, mais d'assurer leur subsistance. En achetant des œuvres destinées à sa collection, Helvetia a donc contribué en 2020 à atténuer quelque

Tiphany Kim Mall, lauréate du Prix d'art Helvetia de 2020



peu la précarité de la situation de certains artistes. La collection d'art d'Helvetia compte désormais plus de 2000 œuvres créées par plus de 400 artistes. Elle figure ainsi parmi les plus grandes collections d'art contemporain suisse gérées professionnellement.

On ignore pendant combien de temps encore l'accent sera mis sur le virtuel. Dans l'environnement artistique, les formats en ligne ouvrent de nouvelles plateformes et élargissent les possibilités actuelles, mais le format physique demeure un facteur essentiel dans la perception de l'art. Il reste à espérer qu'il sera de nouveau possible d'admirer l'art grande nature en 2021.

« Certaines possibilités n'auraient pas été réalisables hors ligne. »

---

**Joanna Kamm**

Directrice de la Liste Art Fair de Bâle

### **A propos de la photo de couverture de l'artiste Markus Weggenmann**

Markus Weggenmann est un maître dans l'art des formes et des coloris. Il est né à Singen en 1953. Après une formation d'ergothérapeute puis de psychanalyste, il se consacre uniquement à l'art depuis les années 1990. Aujourd'hui, il vit et travaille à Zurich et Lumnezia.

Ses tableaux oscillent entre abstraction et figuration esquissée. Ils dégagent une grande force d'attraction sensorielle, grâce notamment à l'application de la détrempe très pigmentée et aux couleurs chatoyantes.

Markus Weggenmann a participé à de nombreuses expositions individuelles et collectives en Suisse et à l'étranger. En plus de la collection d'art d'Helvetia, on trouve ses œuvres dans d'autres collections publiques et privées de renom, par exemple au Kunsthaus Zürich ou au Kunstmuseum de Bonn.

# Tout simplement à vos côtés en cas d'imprévu.

**H**elvetia, le personnage allégorique féminin des pièces suisses et le symbole de la Confédération, s'est vu confier une nouvelle mission pendant la crise du COVID-19. La compagnie d'assurance éponyme a lancé en avril l'initiative #helvetiasoutient. Helvetia a soutenu rapidement et sans bureaucratie les petites et moyennes entreprises et les associations pour qu'elles puissent faire face aux défis posés par la pandémie.

## Engagement de sponsoring en berne

Les engagements de sponsoring d'Helvetia ont beaucoup souffert de la crise: les grands, mais aussi de nombreux petits événements des domaines de la culture et du sport, ont dû être annulés, ou à tout le moins, reportés, comme la Fête fédérale de yodel à Bâle ou le festival de Saint-Gall, qu'Helvetia soutient. Par conséquent, Helvetia a hélas été privée d'intéressantes possibilités pour le positionnement de sa marque. Pendant la crise, elle a été une partenaire conciliante, qui a cherché des solutions de remplacement avec les organisateurs et poursuivi ses engagements.

Mais pour les collaborateurs de notre équipe de gestion d'événements aussi, la pandémie a demandé des adaptations. D'habitude, ils s'occupaient des clients d'Helvetia pendant les événements des sports d'hiver et d'autres événements, mais ceux-ci n'ont pas eu lieu en 2020. Au lieu de cela, les collaborateurs concernés se sont chargés de tâches internes induites par le COVID-19.

## Soutien financier aux associations

De nombreuses associations suisses d'utilité publique des domaines du sport et de la culture ont elles aussi été touchées par cette situation imprévue. Les recettes des événements annulés ont soudain manqué tandis que les engagements financiers pris envers des prestataires devaient être tenus. Par le biais de ses agences principales et générales, Helvetia s'est adressée aux organisations concernées et les a soutenues par un don allant jusqu'à CHF 3000, selon le montant des pertes ou des engagements. Cette mesure a été très appréciée, comme le montrent les vidéos postées par les associations dans les réseaux sociaux pour nous remercier de notre aide.




---

## Action #helvetiasoutient

L'initiative #helvetiasoutient, lancée en avril, a apporté un soutien rapide à 460 associations d'utilité publique sans lourdeurs administratives. De même, Helvetia a aidé 4 200 PME en leur fournissant des masques, qui ont été distribués par le biais des agences générales au niveau local et régional en Suisse.

## Faciliter le nouveau départ des petites entreprises

Pour les PME touchées par les restrictions, il a aussi fallu agir vite dès un stade précoce de la crise. Dans le cadre de notre service client simplifié, de nombreuses petites entreprises suisses telles que des restaurants, des garages ou des salons de coiffure ont été soutenues. Helvetia leur a procuré des masques et des désinfectants; des produits qui, jusqu'en milieu d'année, faisaient l'objet d'une forte demande et étaient donc la plupart du temps en rupture de stock. Ainsi, beaucoup de magasins ont pu reprendre plus vite leurs activités après l'allègement des mesures, au printemps, dans le respect des nouvelles règles de protection. Ces actions ont rapidement bénéficié d'une large couverture médiatique, surtout au niveau local et régional.



« Alors que nous avons renoncé à en faire une promotion active, l'action #helvetiasoutient a été une réussite. »

---

### Daniel Brunner

Responsable Helvetia Branding  
Membre de la Direction

---

### Soutien d'Helvetia 2020

- en tant que bailleur, par des réductions de loyers
- en tant qu'employeur, par des places d'apprentissage supplémentaires
- soutien de transports de marchandises
- rapatriements de voyageurs et remboursements de frais de voyage
- abandon des lettres de rappel et de mise en demeure
- informations en ligne et conseils sur les voyages, les points de contact, le télétravail, la culture d'entreprise, les aides décisionnelles, etc.

→ [helvetia.ch/corona](https://helvetia.ch/corona)

### Notre promesse de marque

Pendant la crise de 2020, la marque Helvetia est restée fidèle à son crédo. En agissant rapidement et avec pragmatisme, Helvetia n'a pas perdu de vue son orientation client, même durant cette situation imprévue. De manière directe et personnelle, les promesses de la marque telles que l'équité, la solidarité et la compétence ont pris corps discrètement, mais efficacement en termes d'impact publicitaire. La promesse de marque symbolise cette utilité client: **simple. clair. helvetia.**

Facebook: #helvetiasoutient

Instagram: #helvetiasoutient



Film de l'association

# Passation de pouvoir dans le domaine des finances

**” Paul Norton, vous avez dirigé avec succès pendant 13 ans les finances d’Helvetia. Comment l’entreprise a-t-elle évolué sur le plan financier au cours de cette période? De quels accomplissements êtes-vous particulièrement fier?**

Au cours de cette période, Helvetia a énormément évolué pour devenir un groupe d’assurance performant actif à l’international. Depuis 2007, notre volume d’affaires a presque doublé. Nous avons mis l’accent sur la rentabilité de nos activités tout en optimisant et en diversifiant sans cesse notre offre. Helvetia a ainsi pu nettement augmenter son dividende. Parmi mes accomplissements personnels figure le fait d’avoir conduit avec succès l’entreprise à travers la crise financière qui a duré de 2007 à 2010; S&P a alors relevé notre notation, réaffirmant ainsi la qualité de notre stratégie et de notre bilan. Je compte aussi parmi mes temps forts les rachats de Nationale Suisse et de Caser, ainsi que d’autres acquisitions de moindre envergure et la création du Venture Fund. Nous avons en outre brillamment géré l’introduction des modèles de solvabilité réglementaires SST et Solvabilité II. Enfin, je suis fier qu’Helvetia ait accru sa notoriété sur le marché des capitaux grâce à diverses transactions sur fonds étrangers et sur fonds propres, et que nous ayons pu nous construire une excellente réputation auprès des investisseurs et des analystes.

**En 2020, Helvetia a réalisé une importante acquisition en Espagne. Qu’en est-il de l’intégration financière de cette société dans le Groupe?**

Le rachat de Caser représente un jalon stratégique. Caser est un prestataire extrêmement réputé et performant en Espagne, qui détient une importante part de marché. Le fait que nous ayons remporté l’appel d’offres montre une chose: Helvetia est un partenaire attrayant qui dispose d’une stratégie convaincante. Pour financer cette acquisition, nous avons émis un emprunt hybride et de nouvelles actions. Malgré les conditions difficiles dues à la pandémie, ces deux transactions ont pu être fi-

nalises comme prévu. L’intégration financière est en bonne voie. Helvetia et Caser ont des cultures similaires, et les deux parties travaillent avec une grande motivation à construire leur avenir commun.

**Votre passage de témoin à Annelis Lüscher Hämmerli marque aussi la fin de la période stratégique *helvetia 20.20*. Helvetia a-t-elle atteint ses objectifs financiers?**

Sur le plan financier, la période stratégique a été couronnée de succès. Au cours des cinq dernières années, Helvetia a enregistré une croissance rentable, qui s’est accompagnée d’une solide capitalisation et d’une hausse continue du dividende. Bien sûr, 2020 a été une année particulière, et la clôture de la période stratégique subit donc les influences exceptionnelles de la crise du COVID-19. En raison des turbulences sur les marchés des capitaux et des sinistres découlant de la pandémie dans la technique actuarielle, nous n’avons pas atteint nos objectifs financiers en matière de rendement des capitaux propres et de ratio combiné au cours de cette année spéciale. Néanmoins, si l’on considère l’ensemble de la période stratégique, nous sommes très satisfaits de l’évolution. Sur les plans stratégique et financier, Helvetia est parfaitement positionnée pour l’avenir.

**Pour Annelis Lüscher Hämmerli, qui vous succède, un grand projet sera l’introduction de la nouvelle norme de présentation des comptes IFRS 17. Comment se déroulent les préparatifs et quels conseils lui donnez-vous pour relever les défis à venir?**

Le projet est très complexe, mais avance bien. L’année dernière, nous avons accompli de grands progrès. Ainsi, de premiers tests d’intégration des systèmes informatiques ont été réalisés. A l’aide de simulations, nous avons pu commencer à analyser les effets de la nouvelle norme sur le bilan, le compte de résultat et des indicateurs financiers importants d’Helvetia. Je recommande à Annelis

Lüscher Hämmerli de se concentrer, non pas sur les détails complexes, mais sur la globalité de la norme. En effet, les investisseurs souhaitent avant tout avoir une bonne compréhension globale de l'évolution financière d'Helvetia. Je lui souhaite beaucoup de succès et de satisfaction dans ses nouvelles fonctions.



**Paul Norton – ancien directeur financier du Groupe Helvetia (CFO)**

## ” Annelis Lüscher Hämmerli, qu'attendez-vous de la norme IFRS 17 ?

Les entreprises cotées en bourse doivent régulièrement lever de nouveaux capitaux, par exemple pour remplacer des financements arrivant à échéance ou pour financer des acquisitions. Afin d'obtenir alors les prix les plus intéressants possibles, l'accès à des investisseurs internationaux est déterminant. La tenue de la comptabilité selon des normes internationales de présentation des comptes comme l'IFRS 17 en est une condition. Cette nouvelle norme a instauré un cadre uniforme pour le traitement comptable des contrats d'assurance. La comptabilité et le reporting du secteur de l'assurance sont ainsi harmonisés dans tous les pays. L'International Accounting Standards Board, qui a élaboré la norme IFRS 17, entend améliorer de cette façon la transparence et l'homogénéité des rapports financiers des compagnies d'assurance. Avec l'introduction de la norme IFRS 17, nous assurons le maintien de notre compétitivité sur le marché international des capitaux.

## En raison de la pandémie, quels seront les principaux défis à relever selon vous sur le plan financier ?

Une grande incertitude demeure en matière de planification. Par exemple, à l'automne dernier, il était impossible de prévoir que la liberté de circulation serait de nouveau fortement restreinte en Europe en janvier et que la propagation de nouveaux variants du virus susciterait l'inquiétude. Le lancement de la vaccination incite toutefois à l'optimisme. Pour l'Europe, l'accord sur le Brexit, la création du fonds de relance de l'UE et la politique monétaire toujours accommodante sont autant de signes positifs supplémentaires. Dans ces conditions, on peut s'attendre à ce que l'économie redémarre cette année, après une contraction en 2020. Mais pour l'instant, c'est l'incertitude qui domine. Chez Helvetia, les charges de sinistres causées par

la pandémie en 2020 ont concerné en grande partie des interruptions d'exploitation, normalement exclues des contrats d'assurance, dans des entreprises de restauration. C'est pourquoi nous avons proposé aux clients concernés des arrangements à l'amiable équitables. Grâce au niveau d'acceptation élevé de ces solutions à l'amiable, nous avons pu nettement réduire notre exposition à d'autres sinistres découlant de la pandémie.

## Helvetia entame à présent une nouvelle période stratégique. Quels sont les objectifs financiers d'Helvetia pour 2025 ?

En 2025, Helvetia devra toujours être perçue comme un partenaire fiable qui tient ses promesses. L'entreprise augmentera encore la qualité de ses sources de revenus et de sa croissance, par exemple en développant les activités génératrices de commissions et en parvenant à une croissance rentable sur son cœur de métier. Parallèlement, nous mettrons tout en œuvre pour accroître encore notre efficacité opérationnelle et pour maintenir notre solide capitalisation. C'est pourquoi nous avons associé les priorités stratégiques à une série d'indicateurs financiers ambitieux et simples à mesurer. Nous pouvons ainsi identifier à un stade précoce si notre approche stratégique porte ses fruits et quels aspects requièrent une attention particulière. Nos actionnaires doivent bénéficier à cet égard d'une hausse des distributions dans le cadre de notre politique toujours durable et attractive en matière de dividendes.

## Quel bilan tirez-vous de vos 100 premiers jours de travail chez Helvetia ?

Ces 100 premiers jours ont été passionnants et très intenses. Deux semaines après mon arrivée, la majorité des collaborateurs travaillaient de nouveau depuis chez eux. Il a été encourageant de voir avec quelle motivation ils ont abordé cette nouvelle période de télétravail. Je suis heureuse de faire partie d'une équipe motivée, qui veut obtenir des résultats, qui remet en question ce qui est en place, et qui contribue avec énergie à préparer l'avenir d'Helvetia. Il s'agit d'une condition de base, car les objectifs pour 2025 sont extrêmement ambitieux. Je me réjouis de relever ces défis et de me concentrer pleinement sur les sujets à venir.



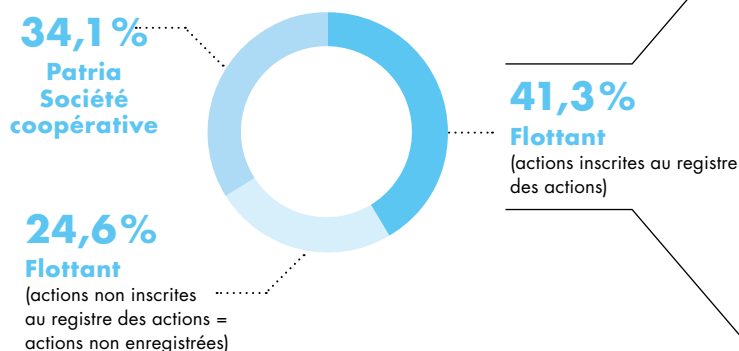
**Dr. Annelis Lüscher Hämmerli – Directrice financière du Groupe Helvetia (CFO)**

# 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 2020, Helvetia comptait 22 679 actionnaires. En fin d'année, les collaborateurs et la Direction détenaient 0,98% du capital-actions inscrit, environ 0,14% de ces titres étant détenus par les membres du Conseil d'administration et de la Direction du Groupe Helvetia.

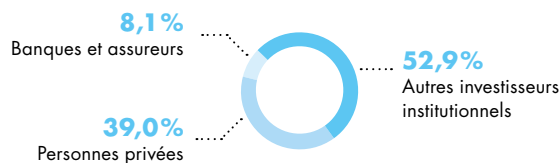
## Structure des actionnaires (au 31 décembre 2020)



## Flottant par région



## Flottant par type d'actionnaires



# Politique de dividendes.

Helvetia poursuit une politique durable en matière de dividendes, avec des versements 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 ou au moins un dividende qui reste stable. Au cours de la période stratégique écoulée, 1,19 milliard de CHF a été distribué aux actionnaires. Pendant les cinq prochaines années, jusqu'en 2025, une distribution de plus de 1,5 milliard de CHF est prévue.

**Capitalisation boursière en millions de CHF**  
**4 952,6**

## Evolution des dividendes

Dividende par action en CHF

Ratio de distribution Rendement du dividende

Année	Ratio de distribution	Rendement du dividende	Dividende par action (CHF)
2020 <sup>1</sup>	109% <sup>3</sup>	5.4%	5.00
2019	58% <sup>3</sup>	3.7%	5.00
2018	58% <sup>3</sup>	4.2%	4.80
2017	47% <sup>2</sup> / 59% <sup>3</sup>	4.2%	4.60

<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

## Action Helvetia

Symbole ticker	HELN
Valeur nominale	CHF 0.02
Valeur	46 664 220
Cotation	SIX

## Encours d'emprunts

	Volume d'émission	Taux d'intérêt	Durée	Année d'émission
Emprunt	CHF 150 millions	1.50% p. a.	10.5 ans	2014
Emprunt subordonné	CHF 225 millions	4.00% p. a.	30 ans	2014
Emprunt subordonné	CHF 300 millions	3.00% p. a.	Perpétuel	2015
Emprunt subordonné	EUR 500 millions	3.375% p. a.	30.5 ans	2017
Emprunt subordonné	CHF 275 millions	1.50% p. a.	Perpétuel	2020
Emprunt subordonné	CHF 125 millions	1.45% p. a.	20.5 ans	2020
Emprunt subordonné	EUR 600 millions	2.75% p. a.	21.25 années	2020
Emprunt subordonné vert	CHF 200 millions	1.75% p. a.	Perpétuel	2020



## 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 31.12.2020. 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. 35 et suivants de la Loi fédérale sur les services financiers, 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 2020 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

Markus Weggenmann, « sans titre » (A3 62 juillet 09), 42 x 29.7 cm, détrempé hautement pigmenté sur papier  
La collection d'art d'Helvetia

### Bilder

Shutterstock  
Conseil d'administration et Direction du Groupe:  
Gerry Nitsch, Zurich  
A disposition

### Impression

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

Copyright © 2021  
by Helvetia Gruppe,  
Saint-Gall

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

Toutes les formes  
masculines utilisées  
dans le présent  
document englobent  
bien entendu égale-  
ment les femmes.



DISTINGUÉE DEPUIS 2016



**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