



# GENERALI

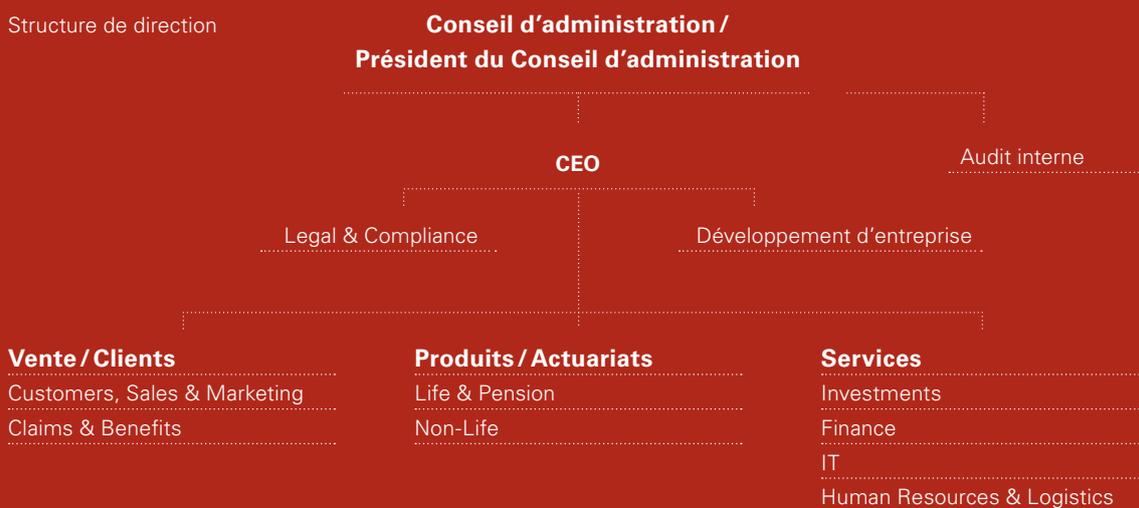
RAPPORT DE GESTION **2012**  
GROUPE GENERALI SUISSE

# GENERALI (Suisse) Holding SA

Structure des sociétés\*  
(31.12.2012)



Structure de direction



\* En tant que société locale de gouvernance et de participation, GENERALI (Suisse) Holding SA appartient, en tenant compte des droits de participation directs et indirects, pour 99,9% à la maison mère du Groupe, Assicurazioni Generali S.p.A, sise à Trieste.

\*\* GENERALI Assurances de personnes SA appartient, en tenant compte des droits de participation directs et indirects, pour 99,9% à GENERALI (Suisse) Holding SA.

# Chiffres clés

## Groupe GENERALI Suisse

<i>en mio. CHF</i>	<b>2012</b>	<b>2011</b>	<b>Variation</b>
Primes brutes émises	2225,2	2170,4	2,5%
dont vie	1394,3	1359,0	2,6%
dont non-vie	830,9	811,4	2,4%
Placements de capitaux	13 871,3	12 635,8	9,8%
Provisions techniques	12 100,2	10 900,9	11,0%
dont vie	10 981,9	9793,7	12,1%
dont non-vie	1118,3	1107,1	1,0%
Total du résultat opérationnel	206,5	212,7	-2,9%
Ratio combiné non-vie (en %)	95,1	95,5	-0,4%
Nombre de collaborateurs	2258	2225	1,5%
Service interne	1670	1650	1,2%
Service externe	588	575	2,3%



# Sommaire

Editorial	6
Comité de Direction	8
Nos valeurs	10
Simplicité	12
Innovation	14
Développement durable	16
Fidélité	17
Proximité	18
Chiffres de l'exercice 2012	20
Assurances-vie	21
Assurances non-vie	22
Placements de capitaux et fonds	23
Rapports financiers des principales sociétés	24
GENERALI Assurances de personnes SA	24
GENERALI Assurances Générales SA	26
GENERALI (Suisse) Holding SA	28
Impressum	30
Adresses de contact	31

# Editorial

**Chères clientes, chers clients,  
Chères collaboratrices, chers collaborateurs,  
Chères lectrices, chers lecteurs,**

Pour le Groupe GENERALI Suisse, l'exercice écoulé a été marqué par un environnement économique exigeant et riche en défis. Des marchés volatils, une situation difficile sur le plan monétaire et en matière de taux d'intérêt ainsi que différents événements naturels ont mis à rude contribution non seulement notre Groupe, mais aussi le secteur de l'assurance dans son ensemble. Ces derniers mois, les assureurs privés ont en outre été confrontés à une intense volonté de régulation de la part du législateur, tant sur le plan local qu'europpéen, ce qui a eu des effets sur leurs procédures internes et leurs structures de coûts. Malgré une croissance modérée, le secteur suisse des assurances a néanmoins représenté en 2012 un appui solide pour l'ensemble de la place financière.

Dans ce contexte, le fait que nous ayons réalisé nos objectifs en 2012 est particulièrement réjouissant. Notre activité opérationnelle s'est significativement accrue et le volume des primes du Groupe a progressé de 2,5% par rapport à l'année précédente. Le résultat financier a connu une nette amélioration. Grâce à une gestion disciplinée de nos affaires, essentiellement fondée sur le financement solide du Groupe dans notre métier de base et sur la réduction des risques dans le domaine des placements, nous avons pu réaliser un résultat global équilibré.

Nous avons continué à développer notre présence traditionnellement forte sur le marché des assurances-vie individuelles. Les primes brutes ont atteint un volume de CHF 1394,3 millions, soit une croissance de 2,6%, nettement supérieure à la moyenne du marché suisse qui affiche une croissance négative de -0,2%. Dans le domaine des assurances dommages également, nous avons réalisé un exercice fructueux. Le volume des primes a progressé de 2,4% - 3,1% si l'on considère la vignette vélo désormais abolie - à CHF 830,9 millions. Dans cette branche, nous nous situons aussi au-dessus de la croissance moyenne du marché, établie à 1,5%.

## **La simplicité au service du développement de nos affaires**

Bon nombre de nos activités ont été placées en 2012 sous le signe de nos valeurs-clés. Celles-ci ont pour élément central la simplicité, qui nous accompagne depuis plusieurs années et trouve son expression dans notre slogan *Simplement GENERALI*. Nos autres valeurs - innovation, développement durable, fidélité et proximité - n'en restent pas moins importantes pour nous et sont appelées à être constamment développées avec notre modèle d'affaires.

Un pas important vers nos clients et nos intermédiaires a été réalisé avec l'introduction d'un point de contact central pour tous nos interlocuteurs. De cette manière, toute personne cherchant un contact trouvera plus aisément et plus rapidement le spécialiste dont il a besoin.

La réglementation croissante dans le secteur des assurances, évoquée précédemment, constitue un défi important pour le développement des produits et les services actuaires, mais aussi pour le domaine financier et le contrôle interne. Les obligations telles que celles imposées par le test suisse de solvabilité immobilisent de grandes quantités de capitaux et de ressources. Cependant, elles constituent également pour nous des opportunités et nous stimulent à innover et améliorer encore nos produits et processus. C'est ainsi qu'en 2012 les processus internes et la structure du portefeuille ont été optimisés, que certains placements plus risqués ont été réduits et qu'un programme efficace de couverture des risques financiers a été introduit.

### **Organisation externe efficiente, services novateurs et proximité clients**

Dans le domaine de la vente, nous nous sommes donné une plus grande liberté d'action en harmonisant et en resserrant les structures de notre organisation externe. La réunion des deux services externes des domaines vie et non-vie et l'introduction d'instruments en ligne simples d'utilisation nous ont permis d'accroître l'efficience de nos processus. La collaboration avec nos partenaires de vente s'en trouve ainsi simplifiée et durablement renforcée, conformément à nos valeurs-clés.

L'évolution positive de notre Groupe résulte également de l'introduction, en réponse aux souhaits de nos clients et aux changements du marché, de nouveaux produits et services attrayants. Dans les assurances-vie, nous avons réagi face à la situation sur le marché des capitaux: grâce à nos produits novateurs, nos clients trouvent chez nous de la sécurité aussi bien qu'une rentabilité planifiable. Dans le domaine non-vie, nos efforts se sont concentrés sur les PME. Nos spécialistes disposent aujourd'hui de compétences étendues leur permettant d'assurer un service clientèle encore plus complet. Nous avons en outre introduit divers produits standard pour les entreprises, ce qui entre autres a permis de simplifier fortement nos procédures d'offres.

Toutes ces activités ont pour but de renforcer continuellement les relations avec nos clients, nos partenaires et nos collaborateurs. Et cela nous réussit plutôt bien. La bonne réputation de GENERALI auprès des clients se reflète dans des taux de recommandation réjouissants. Nos collaborateurs utilisent quant à eux les possibilités de feedback qui leur sont régulièrement proposées: en 2012, 87% d'entre eux ont répondu à notre enquête. Celle-ci révèle une hausse du taux de satisfaction générale en rapport avec le travail quotidien. L'introduction de notre nouveau modèle de conduite a fortement contribué à ce résultat. Si les changements survenus durant l'année sous revue ont pu être introduits de façon structurée et efficiente, nous le devons notamment à la qualité de conduite de nos cadres.

### **Perspectives pour 2013**

Conscients de l'évolution rapide des défis et de la situation sur les marchés, nous poursuivons de manière ciblée le développement de notre entreprise. Les principes et priorités définis jusqu'ici restent valables. Nous continuons, par exemple, nos activités destinées à améliorer nos processus-clés. Par ailleurs, notre nouvelle stratégie de Groupe nous permet de préserver notre souplesse et notre efficience grâce à une utilisation renforcée des synergies et à des procédures de décision plus courtes. Nos priorités sont l'amélioration durable de notre compétitivité et de notre rentabilité, le développement de notre stratégie multicanaux grâce à des innovations dans le domaine des offres en ligne, la discipline et la cohérence dans la mise en oeuvre des décisions en matière d'économie d'entreprise, ainsi que l'exploitation ciblée de possibilités susceptibles d'augmenter la proximité avec nos clients ainsi que la qualité de nos services.

### **Nous disons merci**

Nous renforçons en permanence la base stable de nos activités opérationnelles et poursuivrons ainsi notre progression sur la voie du succès. Arrivés au terme d'un exercice varié et réjouissant, nous aimerions dire merci: merci à nos clients pour la confiance qu'ils placent dans notre entreprise, merci à nos partenaires pour leur collaboration précieuse et durable, et merci aussi à nos collaborateurs pour leur fidélité et leur engagement infatigable.

Mario Greco  
Président du Conseil d'administration

Alfred Leu  
CEO

# Comité de Direction



Alfred Leu



Peter Herzog



Bernhard Locher



Vincent Brulhart



Karl Schönenberger

## ① Alfred Leu, Chief Executive Officer

Alfred Leu débute sa carrière en 1987, au département Marketing de Fortuna Compagnie d'Assurances sur la vie (aujourd'hui GENERALI Suisse). L'avocat est ensuite responsable de l'ensemble des canaux de vente de Fortuna Conseils en Assurances et Services SA. Après l'intégration de l'Union Suisse à GENERALI Suisse, il est nommé en 1997 directeur général de la société sise à Genève. A partir de 2002, il devient CEO adjoint et responsable du domaine Assurances en tant que membre de la Direction du Groupe. Depuis 2005, il occupe la fonction de CEO et président du Comité de Direction. Alfred Leu est marié et père de deux enfants. *«Nous pratiquons et cultivons une culture d'entreprise ouverte, qui privilégie le contact direct et une collaboration constructive. Telle est la clé de notre succès.»*

## ② Peter Herzog, Chief Customers, Sales & Marketing Officer

Peter Herzog a été actif durant de nombreuses années auprès de Secura Compagnie d'Assurances avant que celle-ci soit intégrée au Groupe GENERALI Suisse en 1999. Il y assume la direction des services Produits non-vie, Assurances d'entreprises Vie et Non-vie ainsi que, en dernier lieu, celle du domaine Vente et Marketing. Dans le cadre des fusions avec les autres sociétés du Groupe, l'une de ses principales tâches consiste à mener avec succès l'intégration des organisations de vente de Secura au sein de GENERALI Suisse. Depuis 2006, Peter Herzog est membre du Comité de Direction de GENERALI Suisse avec la responsabilité du domaine Customers, Sales & Marketing. Il est marié et père de deux enfants. *«La base de notre succès est notre excellente équipe. Nous sommes parfaitement préparés à adapter notre société à un environnement en constante mutation.»*

## ③ Bernhard Locher, Chief Life & Pension Officer

Bernhard Locher acquiert son savoir-faire actuariel dans diverses fonctions de conduite exercées au cours des quinze années passées chez

AXA-Winterthur, en dernier lieu en tant que membre du Comité de Direction suisse. Docteur en mathématiques, il exerce à partir de 2006 une fonction de conseil en qualité de partner chez Ernst & Young. Il entre au sein de GENERALI Suisse en décembre 2009. Il est aujourd'hui Chief Life & Pension Officer et membre du Comité de Direction. Bernhard Locher est marié et père de trois filles désormais adultes. *«Nous vivons dans une époque d'insécurité, que nous abordons avec courage, engagement et ouverture.»*

## ④ Vincent Brulhart, Chief Non-Life Officer

Vincent Brulhart travaille depuis 20 ans chez GENERALI Suisse. Suite à l'intégration de Secura, il met sur pied, dès l'an 2000, le département Prestations Vie/Non-vie et dirige de nombreux projets, notamment l'introduction sur le marché de GENERALI Assistance, l'industrialisation et les modèles de partenariat, ainsi que l'intégration de l'assurance de protection juridique. En 2010, il prend la tête du domaine Produits et Actuariat Non-vie. Il dirige aujourd'hui l'ensemble des affaires Non-vie. Vincent Brulhart enseigne aussi le droit des assurances en tant que professeur aux universités de Lausanne et de Genève. Il est marié et père de deux enfants. *«Discuter, chercher des idées, trouver des solutions. Selon moi, la clé de notre succès réside dans la collaboration étroite entre les différents domaines.»*

## ⑤ Karl Schönenberger, Chief Investment Officer

Karl Schönenberger est docteur en économie. A partir de 1988, il est responsable du domaine Finances et Placements de capitaux chez Familia-Vie, qui sera plus tard reprise par l'Union Suisse. Après l'intégration de cette dernière dans le Groupe GENERALI Suisse en 1999, il dirige le domaine Titres/Fonds. A partir de 2001, Karl Schönenberger est responsable du domaine Investissements, depuis 2002 en tant que membre du Comité de Direction. Il est marié et père de trois garçons. *«Grâce à la bonne collaboration au sein de mon équipe, ma fonction me procure beaucoup de plaisir et de satisfaction, même après 25 ans d'activité au sein du Groupe GENERALI Suisse.»*



Alessio Sarti



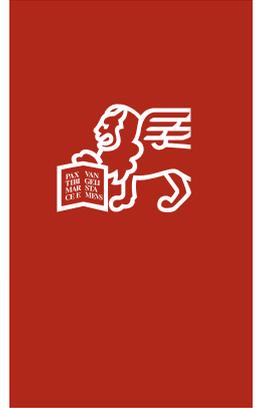
Dominique Covolo



Roman Clavadetscher



Jean-Pierre Schmid



### ⑥ Alessio Sarti, Chief Financial Officer

Alessio Sarti débute sa carrière professionnelle il y a 17 ans dans sa ville d'origine, Trieste, à la Direction du Groupe international Generali. Il y est notamment responsable du département Group Accounting et responsable adjoint du secteur Group Strategic Planning. En 2007, il entre au sein de GENERALI Suisse, où il commence à mettre sur pied le domaine Risk Management. Depuis 2011, il est CFO et membre du Comité de Direction. Alessio Sarti est marié et père de famille. *«Grâce à une plus grande focalisation sur les chiffres corrects, nous pouvons nous adapter plus soupagement et plus efficacement aux évolutions du marché.»*

### ⑦ Dominique Covolo, Chief Information Technology Officer

Dominique Covolo est depuis 2012 responsable Informatique et membre du Comité de Direction de GENERALI Suisse. Entrée en 1998 au sein de notre entreprise, elle y occupe diverses fonctions dans les domaines Finances, Investissements et Informatique. Auparavant, elle a travaillé huit années comme informaticienne de gestion dans le domaine IT auprès de l'assureur-vie Swiss Life. Dominique Covolo est mariée. *«L'informatique joue un rôle décisif dans l'automatisation et l'assurance de qualité de nos processus.»*

### ⑧ Roman Clavadetscher, Head Claims & Benefits

Roman Clavadetscher débute sa carrière en 1987 dans les tribunaux ainsi qu'en tant qu'avocat à Bâle et à Lausanne. Il fait son entrée dans la branche de l'assurance en 1991 auprès de l'Union Suisse. A partir de 1996, il dirige les services Property & Casualty ainsi que la Communication et le Marketing. Depuis 1997, il est membre du Comité de Direction de GENERALI Suisse. Il assume alors des responsabilités dans divers services des affaires vie et non-vie. Il dirige aujourd'hui le domaine Claims & Benefits. Roman Clavadetscher est marié et père de trois enfants. *«En cas de sinistre, nous convainquons nos clients par de bonnes solutions simples et rapides.»*

### ⑨ Jean-Pierre Schmid, Chief Human Resources & Logistics Officer

Jean-Pierre Schmid, avocat, dirige dès 1995 le service juridique de FORTUNA Compagnie d'Assurance de Protection Juridique et, à partir de 2002, le service Prestations Assurances de dommages. En 2010, il est admis au Comité de Direction de GENERALI Suisse en qualité de responsable du personnel. Il est aujourd'hui responsable du domaine Human Resources & Logistics. Jean-Pierre Schmid est marié et père de trois filles. *«Pour obtenir le succès, nos dirigeants doivent savoir toucher à la fois la tête et le cœur de nos collaborateurs. Ils y parviennent en assumant avec conviction leur rôle d'exemple et de leader.»*

# Nos Valeurs

Notre culture d'entreprise repose sur cinq valeurs: simplicité, innovation, développement durable, fidélité et proximité. Celles-ci guident toutes nos actions ainsi que notre attitude à l'égard de nos clients, partenaires et collaborateurs, et font partie intégrante du développement de nos produits. Elles marquent de leur empreinte tous les domaines d'activité et se reflètent dans notre manière de nous comporter. Au travers de nos valeurs, nous revenons sur les projets et activités de l'exercice 2012.

## Proximité

*Nous montrons la valeur du travail.  
Nous nous engageons pour le sport et la culture.  
Nous informons nos clients.  
Nous sommes plus proches de nos clients grâce aux médias sociaux.  
Nous sommes plus proches les uns des autres.*

## Fidélité

*Nous remercions les bons clients en leur offrant un cadeau.  
Nous estimons nos collaborateurs.*



## Simplicité

*Nous nous occupons rapidement et simplement des dommages dus à la grêle.  
 Nous assurons les employés de maison contre les accidents, en toute simplicité.  
 Nous collaborons plus simplement et plus efficacement avec nos partenaires de vente.  
 Nous simplifions le suivi de nos clients entreprises.*



## Innovation

*Nous avons un nouveau produit bancaire.  
 Nous assurons les personnes-clés des entreprises clientes.  
 Nous offrons la première assurance incapacité de gain en ligne.  
 Nous proposons une analyse de prévoyance en ligne en trois minutes.*



## Développement durable

*Nous restons flexibles et adaptons nos produits vie à l'environnement de marché.  
 Nous préservons la nature et économisons le papier.*





## Simplicité

***Simplement GENERALI:*** au travers de ce slogan, nous promettons à nos clients, partenaires et collaborateurs d'aménager nos relations avec eux de façon encore plus simple et directe. Cela se reflète dans nos produits et services, mais aussi dans nos rapports quotidiens. Nous sommes simplement plus simples.

Online Service

### **Nous nous occupons rapidement et simplement des dommages dus à la grêle**

Nous offrons à nos assurés un service ultra-rapide grâce à nos drive-in répartis dans toute la Suisse, que nous ouvrons immédiatement en cas d'importants orages de grêle.

En cas de dommages dus à la grêle, il suffit de nous contacter en ligne ou par téléphone afin de fixer un rendez-vous. Dans le drive-in, un spécialiste enregistre le sinistre en moins d'une demi-heure. Dans l'intervalle, nos clients se voient offrir un petit en-cas et reçoivent ensuite une recommandation de l'expert en vue de la réparation.

En 2012, quelque 4400 clients ont bénéficié de nos services de drive-in, ce qui représente un volume total de sinistres de 17 millions de francs environ. Selon un sondage réalisé sur place, 98% de ces clients se disent très satisfaits de nos services.

Online Service

### **Nous assurons les employés de maison contre les accidents, en toute simplicité**

Afin de préserver leur temps libre en dehors du travail, de nombreuses personnes ont recouru à des employés de maison pour diverses tâches à leur domicile. Lorsqu'un employé de maison travaille moins de huit heures par semaine pour un même employeur, celui-ci est légalement tenu de l'assurer contre les conséquences d'accidents professionnels.

Depuis début 2012, nous proposons une solution simple d'assurance accidents spécialement conçue pour les employés de maison, qui inclut très exactement la couverture prescrite par la loi. Cette assurance peut être conclue tout simplement sur notre site Internet, rapidement et en toute transparence. Une modique somme suffit pour couvrir les accidents, les frais de traitement, l'indemnité journalière ainsi que les rentes AVS et AI. En quelques clics de souris, nos clients peuvent ainsi remplir correctement leurs obligations d'employeurs.



### **Nous collaborons plus simplement et plus efficacement avec nos partenaires de vente**

En créant My Portal GENERALI, nous avons offert un service véritablement efficace à nos partenaires de vente et à nos collaborateurs internes et externes. Grâce à cette nouvelle plateforme en ligne, ceux-ci peuvent accéder quotidiennement aux données nécessaires relatives aux produits et aux clients, et se procurer tout simplement des renseignements sur les commissions, les primes impayées ou les contrats. Les informations les plus utilisées peuvent en outre être automatisées sous forme d'e-mails réguliers.

L'offre ciblée et rapide fait de My Portal GENERALI un service d'information optimal et essentiel pour nos forces de vente et améliore, en fin de compte, le service dont bénéficient nos clients finaux. Par la même occasion, la plateforme fournit une base adéquate pour le développement de nouvelles solutions en ligne.

### **Nous simplifions le suivi de nos clients entreprises**

Nous pouvons désormais offrir un meilleur suivi de nos PME clientes, grâce à des procédures simples lors de l'établissement de l'offre et de la gestion de la police. Peu avant fin 2012, nous avons mis en exploitation un nouvel instrument informatique: en quelques clics de souris, nos conseillers peuvent désormais établir et traiter des offres et des polices d'assurance MODULA.

MODULA est notre assurance d'entreprises spécialement conçue pour les PME. Elle se compose de différents modules – inventaire de l'entreprise, perte d'exploitation, responsabilité civile entreprises, etc. – qui s'adaptent très exactement aux besoins individuels de chaque société. Grâce aux nouvelles possibilités techniques et à un système d'offres de base dans les différentes branches, nous pouvons répondre plus rapidement aux demandes des clients. Chaque entreprise obtient ainsi une solution simple parfaitement adaptée à sa situation.



## Innovation

**Notre société en constante mutation dans tous les domaines représente pour nous un défi passionnant. Nous souhaitons aller au-devant des besoins et proposer les meilleurs produits et services existants sur le marché. Ainsi, nous sommes toujours prêts à surprendre positivement.**

### **Nous avons un nouveau produit bancaire**

En lançant GENERA Combiflex en automne 2012, nous avons enrichi notre offre d'un nouveau produit bancaire, qui allie rendement, sécurité et flexibilité: idéal pour toute personne cherchant une solution de placement sûre et désirant aussi profiter de bonnes perspectives de rendement.

Le produit offre une combinaison novatrice d'une composante d'épargne traditionnelle rémunérée à un taux d'intérêt attrayant et d'une composante de placements plus risquée avec, en conséquence, des perspectives de rendement plus élevées. La répartition entre les deux composantes peut être définie individuellement et modifiée à tout moment.

Nous proposons GENERA Combiflex en collaboration avec notre banque partenaire BSI. Ce produit constitue une alternative avantageuse aux fonds de placement et aux fonds stratégiques et témoigne de notre volonté d'offrir à nos clients des produits simples et conviviaux.

### **Nous assurons les personnes-clés des entreprises clientes**

Lorsqu'une personnalité essentielle d'une PME est victime d'une maladie ou d'un accident, son absence prolongée peut mettre en danger le succès ou l'existence même de l'entreprise. C'est pourquoi nous soutenons nos entreprises clientes en leur proposant une assurance novatrice des personnes-clés.

Ce produit est un complément à l'assurance perte de gain en cas de maladie ou en cas d'accident. Si une personne-clé de l'entreprise reste longtemps en incapacité de travail, l'assurance prend en charge le salaire de tous les collaborateurs dont le travail est rendu impossible en raison de l'absence de la personne-clé. L'assurance couvre également les coûts fixes, comme le loyer ou l'électricité.

Grâce à cette protection, nos clients peuvent se consacrer en toute sérénité au développement et à la croissance de leur entreprise.

Online Service

### **Nous offrons la première assurance incapacité de gain en ligne**

Nos offres Internet sont de plus en plus appréciées de nos clients, et ce également dans le domaine des assurances-vie. C'est pourquoi nous avons lancé deux nouveaux produits en ligne: l'assurance risque décès PREVISTA Compact, ainsi que la première assurance incapacité de gain en ligne de Suisse, COMPENSA Compact.

Dans les deux cas, le client peut compléter l'examen du risque en quelques étapes simples sur notre site Internet. La proposition lui est ensuite envoyée selon ses préférences par courrier postal ou par e-mail.

Autre nouveauté, l'assurance-vie PERFORMA Plus<sup>FL</sup>, qui se distingue par sa simplicité et un niveau élevé de prestations: une combinaison réussie d'une épargne basée sur un plan de placement novateur avec capital garanti en cas de vie, et d'une couverture d'assurance complémentaire. Ce produit est particulièrement attrayant pour les jeunes épargnants sans contrainte familiale.

Ces nouvelles offres témoignent de notre force d'innovation – également dans le domaine des assurances-vie.

Online Service

### **Nous proposons une analyse de prévoyance en ligne en trois minutes**

La planification financière est un sujet important aussi bien pour les personnes seules que pour les familles. Depuis l'été 2012, nous offrons sur notre site Internet une analyse de prévoyance interactive qui permet à chacun d'obtenir un précieux aperçu de sa situation en trois minutes seulement.

Le programme guide l'utilisateur en toute clarté à travers les questions complexes de la prévoyance financière. En quelques étapes, chacun peut se procurer un aperçu complet de sa situation individuelle. L'analyse de prévoyance peut ensuite être transmise directement à l'une de nos agences ou au Contact Centre dans l'optique d'un conseil plus détaillé sans engagement.

Nous avons également optimisé notre calculateur d'impôt en ligne, qui est associé à l'analyse de prévoyance. Grâce à ces outils novateurs, notre client peut aujourd'hui constituer en toute simplicité sa solution de prévoyance personnelle.



## Développement durable

**Nous fondons nos activités sur des relations à long terme et sur un développement durable de notre environnement et de nos affaires. Le développement durable concerne pour nous tous les aspects liés à l'écologie, à la société et à l'économie, tant à l'intérieur qu'à l'extérieur de notre entreprise.**

### **Nous restons flexibles et adaptons nos produits vie à l'environnement de marché**

Le bas niveau des intérêts et les fortes fluctuations des marchés financiers créent chez nos clients une insécurité en matière d'épargne et de placement. Le désir de sécurité devient dès lors prioritaire. C'est pourquoi nous avons adapté nos assurances-vie afin de répondre à ce besoin, tout en relevant les exigences posées par l'environnement de marché.

Nous disposons à présent dans notre offre d'un produit d'épargne traditionnel, idéal pour les clients privilégiant fortement la sécurité. Les primes d'épargne sont employées à une constitution de patrimoine ciblée et rémunérées selon un taux d'intérêt minimal garanti.

En parallèle, grâce à un autre produit plus flexible, nous donnons à nos clients la possibilité d'aménager individuellement leur épargne. Ils peuvent ainsi choisir l'équilibre entre sécurité et perspectives de rendement afin d'atteindre leur objectif de prévoyance à long terme.

Nous sommes ainsi en mesure d'offrir à nos clients des solutions d'épargne et de placement appropriées, même en période d'incertitude.

### **Nous préservons la nature et économisons le papier**

La nature nous tient à cœur. Nous contribuons à préserver les ressources en économisant le papier. Ainsi, depuis septembre 2012, nous ne joignons plus les Conditions Générales d'Assurance à la plupart de nos polices non-vie. Etant donné que nous les remettons déjà à nos clients au moment de l'offre, nous les leur mettons par la suite à disposition uniquement sous forme électronique.

Cette mesure simple et concrète nous permet de contribuer à préserver l'environnement tout en simplifiant nos processus en les digitalisant toujours davantage. Elle rencontre déjà un accueil positif auprès de nos clients.

Nous examinons l'ensemble de nos processus d'un oeil critique, dans une perspective de développement durable.



## Fidélité

**Nos clients, nos partenaires et nos collaborateurs sont pour nous essentiels. C'est pourquoi nous recherchons des relations commerciales et des rapports de travail fondés sur la confiance et le long terme et accompagnons nos clients toute leur vie durant.**

### **Nous remercions les bons clients en leur offrant un cadeau**

Remercier simplement nos clients pour leur fidélité: tel a été le sujet d'un mailing d'un genre particulier que nous avons envoyé à nos clients de longue date dans le cadre de l'assurance véhicules à moteur FORMULA.

En guise de remerciement, nous avons offert à 43 000 clients FORMULA un bon personnalisé pour trois primes d'assurance mensuelles à faire valoir au moment de l'acquisition d'un nouveau véhicule. Le succès est indiscutable: à peine un mois après l'envoi du mailing, 1200 bons nous étaient déjà retournés. Nous avons donc bon espoir que de nombreux clients nous confieront à l'avenir aussi l'assurance de leur nouveau véhicule.

En plus des retours positifs de nos clients, le mailing GENERALI a été primé dans le cadre d'une étude de marché réalisée par la Haute école de Zurich de sciences appliquées pour la mise en évidence positive de ses éléments graphiques.

### **Nous estimons nos collaborateurs**

Nous devons notre succès à l'engagement de nos collaborateurs, et nous voulons leur communiquer chaque jour notre reconnaissance. C'est pourquoi nous créons des conditions optimales pour un climat de travail agréable et offrons d'attrayantes prestations supplémentaires.

Nos collaborateurs bénéficient de prestations sociales supérieures à la moyenne, de rabais sur leurs assurances et d'une assurance accidents privée. Nous leur offrons un cadeau à l'occasion d'événements particuliers, tels qu'un anniversaire de service ou un mariage. Les parents bénéficient de l'offre avantageuse de la crèche GENERALI, qui permet une grande flexibilité. Un repas gratuit et équilibré est offert chaque jour à tous les collaborateurs dans l'un des restaurants du personnel. Et les locaux de fitness de l'entreprise invitent tous les employés à pratiquer du sport.

Par toutes ces offres et de nombreuses autres, nous reconnaissons les bonnes prestations et la fidélité de nos collaborateurs envers leur entreprise et nous nous engageons activement pour leur bien-être.



## Proximité

**Nous sommes là pour nos clients, chaque fois qu'ils en ont besoin. En tant que partenaire de confiance, nous sommes aisément atteignables, nous nous tenons à l'écoute et nous répondons aux besoins de nos clients. Nos produits et services visent essentiellement à créer une plus-value quotidienne pour nos assurés.**

### **Nous montrons la valeur du travail**

La majorité de la population suisse sous-estime la valeur de son propre travail et, partant, les conséquences financières en cas de perte de gain. Une incapacité de travail due à une maladie peut notamment occasionner une perte de revenu pouvant aller jusqu'à 40%.

En novembre 2012, nous avons lancé une campagne de sensibilisation nationale visant toutes les personnes actives. Nous mettons l'accent sur les risques entraînés par une incapacité de gain et soulignons à quel point il est important de couvrir la valeur de son propre travail, c'est-à-dire de conclure une assurance incapacité de gain. La campagne se composait d'une page Internet informative, d'affiches publicitaires, d'un mailing aux clients ainsi que d'un court film explicatif.

Nous voulions montrer à nos clients que leur sécurité à long terme nous tient à cœur. La campagne a été un succès et notre message a été entendu.

### **Nous nous engageons pour le sport et la culture**

Le sponsoring est une tradition chez nous. Notre engagement à long terme est un moyen de souligner notre lien avec nos clients et partenaires.

Nous soutenons Swiss Tennis, l'une des plus importantes associations sportives de Suisse. Ce soutien global en faveur du tennis, des entraînements juniors aux tournois d'élite, correspond parfaitement à nos valeurs-clés. Par ailleurs, nous nous sommes engagés jusqu'à fin 2012 en faveur de la Coupe Spengler Davos, l'un des tournois de hockey sur glace les plus appréciés en Europe.

En sponsorisant également des événements musicaux de premier plan, nous nous adressons à un large public, tous âges confondus: en Suisse romande, nous soutenons Opus One, organisateur de spectacles, et par ce biais les représentations des plus grandes pointures de la scène musicale internationale, et, en Suisse alémanique, des concerts exclusifs Energy Live Sessions.

Grâce à nos multiples engagements, nous entretenons des relations précieuses et durables dans toutes les régions de Suisse.

## Nous informons nos clients

Depuis fin 2012, notre magazine clients GENERALnews se présente sous un nouveau jour. Ce magazine au format A5 très pratique nous permet d'informer plus d'un million de lecteurs sur nos nouveaux produits et services. Nous profitons également de ce canal pour communiquer à nos clients leurs avantages et les manifestations exclusives auxquelles ils ont accès.

A la fin de chaque année, nous joignons au magazine notre guide fiscal, qui fournit des conseils utiles pour les assurés, notamment sur la manière d'utiliser correctement nos attestations et de profiter des déductions fiscales.

Sur notre page d'accueil, nous offrons en outre la possibilité de s'abonner à notre édition électronique. Cette dernière paraît plusieurs fois par an et contient des nouveautés GENERALI ainsi que des offres actuelles et des prestations supplémentaires destinées à nos clients.



## Nous sommes plus proches de nos clients grâce aux médias sociaux

En 2012, nous avons lancé deux importants projets en ligne destinés à nos clients actuels et potentiels, à nos partenaires et ainsi qu'à nos collaborateurs. Présents sur Facebook depuis le début de l'année nous pouvons échanger directement avec nos groupes-cibles et publier des informations importantes. Nos fans apprécient: ils étaient déjà environ 4000 à la fin de l'année.

C'est également au printemps que notre Centre pour la planification de la retraite a lancé sa nouvelle plateforme. Ce site Internet, spécialement adapté aux besoins des personnes à partir de 50 ans, offre des conseils gratuits en rapport avec la retraite. En outre, un blog d'experts met à disposition divers articles sur des sujets d'actualité.

Aussi bien Facebook que cette plateforme de conseil nous ouvrent de nouvelles possibilités afin d'être encore plus proches de nos groupes de référence.

## Nous sommes plus proches les uns des autres

En réalisant en 2011 la fusion des réseaux d'agences vie et non-vie, nous avons entamé un changement de grande envergure dans le service externe. A fin 2012, nous avons déjà pu tirer un bilan intermédiaire positif à mi-chemin de la nouvelle orientation.

La stratégie du service externe commun vie et non-vie est aujourd'hui bien établie et les structures de conduite sont en place. Afin d'optimiser notre approche du marché, nous avons en outre réorganisé, en 2012, notre réseau d'agences et harmonisé nos modèles de rémunération. Cela nous a permis de franchir des jalons importants sur les quatre plans essentiels, à savoir la stratégie, la conduite, la clientèle et la structure. Il s'agit à présent d'améliorer encore la transparence, de stimuler les échanges permanents et de faire progresser la communication directe dans le cadre de projets partiels. L'achèvement complet de cette réorganisation est prévu à l'horizon 2015.

# Chiffres de l'exercice 2012

# Assurances-vie

<i>en mio. CHF</i>	<b>2012</b>	<b>2011</b>	<b>Variation</b>
<b>Primes brutes émises totales</b>	<b>1394,3</b>	<b>1359,0</b>	<b>2,6%</b>
<b>dont:</b>			
Assurances-vie liées à des fonds	1004,8	1009,7	-0,5%
dont à primes en cours	954,7	993,2	-3,9%
dont à primes uniques	50,1	16,5	203,9%
Assurances-vie conventionnelles	389,4	349,1	11,5%
dont à primes en cours	325,4	278,9	16,7%
dont à primes uniques	64,0	70,2	-8,8%
Affaires indirectes	0,1	0,2	-50,0%
<b>Nouvelles affaires (APE)</b>	<b>110</b>	<b>106</b>	<b>3,3%</b>
<b>New Business Value</b>	<b>30</b>	<b>20</b>	<b>54,4%</b>
<b>New Business Margin</b>	<b>27,5%</b>	<b>18,4%</b>	<b>9,1%</b>

## Primes brutes

Les primes brutes émises ont progressé de 2,6% par rapport à l'exercice précédent, s'établissant à un total de CHF 1394,3 millions à fin 2012. Ce résultat s'explique principalement par un développement réjouissant des assurances-vie conventionnelles. Le domaine des assurances-vie conventionnelles à primes en cours, en particulier, réalise une progression exceptionnelle de 16,7% à CHF 325,4 millions. Les assurances-vie liées à des fonds, qui représentent plus de 70% de l'ensemble des primes encaissées, restent la principale source de revenus dans le domaine des assurances-vie. L'augmentation du volume des nouvelles affaires dans les assurances-vie conventionnelles a toutefois permis d'améliorer encore le degré de diversification au sein du portefeuille.

## Nouvelles affaires (APE)

L'équivalent de prime annuelle (annual premium equivalent, APE) est un indicateur qui réunit les primes encaissées issues des nouvelles affaires à primes uniques et celles provenant des nouvelles affaires à primes en cours. A cette fin, les primes uniques issues des nouvelles affaires sont prises en compte à hauteur de 10% et additionnées aux primes en cours provenant des nouvelles affaires. Malgré un marché exigeant, l'APE présente en 2012 une croissance remarquable de 3,3%, qui résulte principalement des produits d'épargne et de prévoyance.

## New Business Value

La New Business Value a augmenté de 54% à CHF 30 millions. Cette progression s'explique principalement par l'amélioration de la New Business Margin dans le domaine des produits d'épargne et de prévoyance, qui a été possible malgré le bas niveau de la courbe des intérêts. Sur l'ensemble du portefeuille, la New Business Margin présente une augmentation de 9,1% à 27,5%.

# Assurances non-vie

en mio. CHF	2012	2011	Variation
<b>Primes brutes émises totales</b>	<b>830,9</b>	<b>811,4</b>	<b>2,4%</b>
<b>dont:</b>			
<b>Assurances véhicules à moteur</b>	399,5	389,3	2,6%
Responsabilité civile	205,4	201,7	1,8%
Casco	194,2	187,6	3,5%
<b>Assurances Choses</b>	230,8	234,2	-1,5%
Incendie	24,7	25,3	-2,6%
Eléments naturels	20,6	17,6	17,3%
Responsabilité civile	52,2	60,2	-13,3%
Autres Assurances Choses	94,0	94,1	-0,1%
Assistance	9,8	9,5	3,8%
Protection juridique	29,4	27,5	6,8%
<b>Assurances maladie et accidents</b>	196,0	185,4	5,7%
Assurance collective maladie	74,7	68,6	8,8%
Assurance collective accidents	74,9	70,1	6,8%
Autres assurances accidents	46,4	46,7	-0,6%
<b>Affaires indirectes</b>	4,6	2,6	82,3%
<b>Ratio combiné</b>			
Assurances véhicules à moteur	92,2%	97,5%	-5,3%
Assurances de choses et industrielles	94,6%	87,9%	6,7%
Assurances maladie et accidents	102,0%	100,1%	1,9%
Ratio combiné total	95,1%	95,5%	-0,4%
dont taux de sinistres net	69,5%	69,0%	0,5%
dont taux de frais net	25,6%	26,5%	-0,9%

## Primes brutes

Dans un marché caractérisé par une concurrence toujours intense et de fortes pressions sur les prix, GENERALI est parvenue à obtenir de bons résultats également en 2012. Les primes encaissées dans les assurances non-vie s'établissent à CHF 830,9 millions, soit une croissance réjouissante de 2,4% par rapport à l'exercice précédent. Différentes branches ont contribué à ce résultat. La plus forte progression a été enregistrée dans le domaine des assurances maladie et accidents. Représentant 48% du volume total des primes encaissées en non-vie, les assurances véhicules à moteur restent la branche la plus importante du secteur. Par rapport à l'exercice précédent, les assurances de choses et industrielles accusent un recul du volume des primes de 1,5% à CHF 230,8 millions, qui s'explique par l'abolition de la vignette vélo (responsabilité civile pour cycles, désormais intégrée dans l'assurance responsabilité civile privée). Les assurances accidents et maladie présentent un volume de primes encaissées de CHF 196,0 millions, soit une croissance de 5,7% par rapport à l'exercice précédent. Cette progression résulte d'un plus grand nombre de contrats avec des PME, de masses salariales plus élevées pour les clients existants ainsi que d'une série de mesures d'adaptation des primes.

## Ratio combiné

Le ratio combiné s'est amélioré de 0,4% par rapport à l'exercice précédent et passe de 95,5% à 95,1%. Ce résultat découle, pour une part essentielle, de l'évolution réjouissante des assurances véhicules à moteur, domaine dans lequel le ratio combiné a pu être ramené de 97,5% à 92,2%. L'amélioration du ratio combiné s'explique également par la diminution du taux de frais. Les efforts entrepris dans ce contexte afin d'optimiser les frais de vente se reflètent par une amélioration de 0,9% du taux de frais, qui s'établit à 25,6% pour l'exercice sous revue.

# Placements de capitaux et fonds

à leur valeur de marché, en mio. CHF	2012			2011			Variation
	Vie	Non-vie	Total	Vie	Non-vie	Total	
Immeubles	838,5	491,4	1329,9	804,0	475,4	1279,4	3,9%
Hypothèques	421,5	128,2	549,7	415,1	135,7	550,8	-0,2%
Obligations	2675,2	714,5	3389,7	2302,7	686,2	2988,9	13,4%
Actions	132,8	139,8	272,6	136,3	132,0	268,3	1,6%
Marché monétaire	622,3	187,6	809,9	256,4	190,2	446,6	81,4%
Créances vis-à-vis de sociétés affiliées	-	-	-	315,2	-	315,2	0,0%
Produits dérivés	493,4	-	493,4	520,5	-	520,5	-5,2%
Autres	58,7	96,9	155,6	62,1	93,2	155,3	0,2%
<b>Total</b>	<b>5242,3</b>	<b>1758,4</b>	<b>7000,7</b>	<b>4812,2</b>	<b>1712,6</b>	<b>6524,8</b>	<b>7,3%</b>
<b>Parts de fonds assurances-vie liées</b>							
à des fonds	6870,7		6870,7	6111,0		6111,0	12,4%
<b>Total global</b>	<b>12 112,9</b>	<b>1758,4</b>	<b>13 871,3</b>	<b>10 923,2</b>	<b>1712,6</b>	<b>12 635,8</b>	<b>9,8%</b>

En 2012, le portefeuille global des placements de capitaux à leur valeur de marché a augmenté de CHF 12,6 milliards à CHF 13,9 milliards, soit une progression de 9,8%. Cette augmentation résulte environ pour moitié des placements de capitaux conventionnels et pour moitié des placements effectués dans le cadre des assurances-vie liées à des fonds.

Durant l'exercice sous revue, le portefeuille de placements conventionnels a augmenté de CHF 476 millions (+7,3%) à CHF 7,0 milliards. La plus forte croissance a été enregistrée dans le domaine des placements du marché monétaire (+CHF 363 mio.) et des obligations (+CHF 401 mio.). Les placements hypothécaires n'ont quasiment pas évolué. Le portefeuille immobilier présente quant à lui une croissance de CHF 50 millions à CHF 1,3 milliard.

Le portefeuille des placements opérés pour les assurances-vie liées à des fonds a augmenté de 12,4% à CHF 6,9 milliards. Cette forte progression résulte, d'une part, de la croissance du portefeuille, d'autre part également, de l'excellente performance des fonds en actions et en obligations en 2012.

Les placements de capitaux conventionnels réalisent une performance très réjouissante de 5,4%. A cet égard, les catégories des actions, des obligations en monnaies étrangères et des placements immobiliers ont enregistré des valeurs supérieures à la moyenne.

Les onze fonds des deux sociétés de direction de fonds FORTUNA Investment SA, sises respectivement à Adliswil et à Vaduz, réalisent une croissance de la fortune nette du fonds de 10,5% à un total de CHF 2,9 milliards. Cette progression résulte, d'une part, de l'augmentation des parts de fonds détenues principalement par les deux compagnies d'assurance-vie GENERALI Assurances de personnes SA et FORTUNA Assurances sur la vie SA Vaduz, et, d'autre part, de la performance positive des fonds.

## GENERALI Assurances de personnes SA

<b>Bilan</b>	<b>31. 12. 2012</b> <i>en mio. CHF</i>	<b>31. 12. 2011</b> <i>en mio. CHF</i>
<b>Actif</b>		
Placements financiers	3086,7	3127,2
Immeubles	746,1	738,7
Placements de capitaux pour assurances-vie liées à des fonds	6733,2	5844,3
Frais d'acquisition inscrits à l'actif	894,9	898,4
<b>Total de l'actif immobilisé</b>	<b>11 460,9</b>	<b>10 608,6</b>
Liquidités	811,7	711,7
Créances nées d'opérations d'assurance	23,6	31,9
Autres créances	12,8	18,4
Créances vis-à-vis de sociétés affiliées	15,4	3,6
Comptes de régularisation	37,4	33,9
<b>Total de l'actif circulant</b>	<b>900,9</b>	<b>799,5</b>
<b>Total de l'actif</b>	<b>12 361,7</b>	<b>11 480,1</b>
<b>Passif</b>		
Dettes nées d'opérations d'assurance	159,1	214,5
Autres dettes à court terme	502,4	535,9
Engagements envers des sociétés affiliées	65,3	42,5
Comptes de régularisation	47,5	33,6
Provisions techniques	3297,3	3228,9
Provisions techniques pour assurances-vie liées à des fonds	6607,5	5735,9
Parts d'excédents créditées aux assurés	146,7	154,9
Provision pour parts futures d'excédents aux assurés	18,7	23,1
Autres engagements et provisions à long terme	175,4	175,4
<b>Total des fonds de tiers</b>	<b>11 019,9</b>	<b>10 144,7</b>
Prêts de rang subordonné vis-à-vis de sociétés affiliées	236,6	238,6
Capital-actions	106,8	106,9
Réserve légale générale	51,5	51,5
Réserves issues d'apports de capital	522,7	522,7
Réserves libres	43,0	43,0
Report de bénéfice de l'exercice précédent	300,7	229,0
Bénéfice de l'exercice	80,4	71,7
<b>Total des fonds propres</b>	<b>1105,1</b>	<b>1024,8</b>
<b>Total du passif</b>	<b>12 361,7</b>	<b>11 408,1</b>

<b>Compte de résultat</b>	<b>2012</b> <i>en mio. CHF</i>	<b>2011</b> <i>en mio. CHF</i>
Primes brutes	1258,3	1212,7
Primes brutes cédées en réassurance	-16,8	-18,0
Variation de la provision pour primes non acquises	-2,8	-4,9
<b>Primes acquises</b>	<b>1238,7</b>	<b>1189,8</b>
Prestations d'assurance (brutes)	-537,2	-608,7
Part de réassurance de prestations d'assurance	10,6	7,9
Variation des provisions techniques d'assurance (brutes)	-937,3	-321,8
Part de réassurance de provisions techniques d'assurance	0,0	-0,1
Prélèvement sur les provisions pour parts futures d'excédents aux assurés	10,9	14,9
<b>Charges techniques d'assurance</b>	<b>-1453,0</b>	<b>-907,8</b>
Frais d'acquisition	-121,4	-132,8
Frais de personnel	-61,8	-61,5
Frais administratifs et d'exploitation	-33,9	-36,0
<b>Charges</b>	<b>-217,1</b>	<b>-230,3</b>
Produits de placements	180,3	178,9
Intérêts actifs	3,6	3,9
Profits provenant de la réalisation de placements	47,7	70,4
Bénéfices comptables sur placements de capitaux	390,0	5,8
Autres produits	43,5	46,1
Intérêts passifs	-21,1	-21,9
Charges sur placements de capitaux	-20,3	-25,9
Amortissements sur placements de capitaux	-75,4	-210,5
Autres charges	-1,0	-1,5
Variation des provisions financières	0,0	13,1
<b>Résultat financier</b>	<b>547,3</b>	<b>58,4</b>
<b>Résultat global avant impôts</b>	<b>115,8</b>	<b>110,0</b>
Impôt sur le résultat	-23,9	-17,1
<b>Résultat global</b>	<b>91,9</b>	<b>92,9</b>
Attribution aux provisions pour parts futures d'excédents aux assurés	-11,5	-21,2
<b>Bénéfice de l'exercice</b>	<b>80,4</b>	<b>71,7</b>

# GENERALI Assurances Générales SA

<b>Bilan</b>	<b>31. 12. 2012</b> <i>en mio. CHF</i>	<b>31. 12. 2011</b> <i>en mio. CHF</i>
<b>Actif</b>		
Placements de capitaux	1608,8	1605,4
Immobilisations corporelles	1,6	0,0
<b>Actif immobilisé</b>	<b>1610,4</b>	<b>1605,4</b>
Créances nées d'opérations d'assurance	42,6	20,9
Créances nées d'opérations d'assurance: inter-sociétés	21,7	7,8
Autres créances	2,8	3,5
Liquidités	189,3	176,0
Autres actifs et comptes de régularisation	16,2	13,5
<b>Actif circulant</b>	<b>272,6</b>	<b>221,7</b>
<b>Total de l'actif</b>	<b>1883,0</b>	<b>1827,1</b>
<b>Passif</b>		
Engagements inter-sociétés à long terme	0,1	0,1
Prêts hypothécaires inter-sociétés	81,0	81,0
Engagements à long terme vis-à-vis de tiers	14,0	14,0
Provisions techniques	1105,5	1096,1
Provisions financières	206,5	204,9
Dépôts provenant des réassureurs	0,1	0,2
Dettes nées d'opérations d'assurance	13,6	221,7
Dettes nées d'opérations d'assurance: inter-sociétés	0,0	0,5
Autres engagements	7,6	7,8
Postes de régularisation des passifs	234,4	4,6
<b>Fonds de tiers</b>	<b>1662,8</b>	<b>1630,9</b>
Capital-actions	27,3	27,3
Réserve légale générale	33,3	33,3
Réserve libre	77,0	67,0
Report de bénéfice/perte	3,4	2,7
Résultats de l'exercice en cours	79,2	65,9
<b>Fonds propres</b>	<b>220,2</b>	<b>196,2</b>
<b>Total du passif</b>	<b>1883,0</b>	<b>1827,1</b>

<b>Compte de résultat</b>	<b>2012</b>	<b>2011</b>
	<i>en mio. CHF</i>	<i>en mio. CHF</i>
<b>Compte de résultat technique de l'assurance</b>		
Primes brutes	801,5	783,9
Report de primes	0,9	0,7
<b>Primes acquises</b>	<b>802,4</b>	<b>784,6</b>
Prestations d'assurance	-554,7	-534,5
Variation des provisions pour sinistres	10,3	12,7
<b>Charges techniques d'assurance</b>	<b>-544,4</b>	<b>-521,8</b>
Variation d'autres provisions	-5,1	-1,0
Participation des assurés aux excédents	-10,1	-11,7
Charges techniques	-196,1	-204,2
Attribution de l'intérêt technique	12,3	20,0
<b>Résultat brut du compte technique de l'assurance</b>	<b>59,0</b>	<b>65,9</b>
<b>Résultat de la réassurance</b>	<b>-17,2</b>	<b>-21,4</b>
<b>Résultat net du compte technique de l'assurance</b>	<b>41,8</b>	<b>44,5</b>
<b>Compte de résultat financier</b>		
Produit des placements de capitaux	94,8	83,6
Charges des placements de capitaux	-26,5	-67,5
Prélèvements sur l'intérêt technique	-12,0	-19,1
Autres produits	3,0	48,7
Autres charges	-2,5	-3,3
<b>Résultat financier</b>	<b>56,8</b>	<b>42,4</b>
Charges d'impôts	-19,4	-21,0
<b>Résultat global</b>	<b>79,2</b>	<b>65,9</b>

# GENERALI (Suisse) Holding SA

<b>Bilan</b>	<b>31. 12. 2012</b> <i>en mio. CHF</i>	<b>31. 12. 2011</b> <i>en mio. CHF</i>
<b>Actif</b>		
Participations	1474,5	1474,5
Prêts de rang subordonné à des sociétés affiliées	236,6	238,7
<b>Total de l'actif immobilisé</b>	<b>1711,1</b>	<b>1713,2</b>
Liquidités et dépôts à terme	13,7	0,4
Titres	0,0	0,0
Créances	0,0	0,0
Comptes de régularisation	59,0	64,2
<b>Total de l'actif circulant</b>	<b>72,7</b>	<b>64,6</b>
<b>Total de l'actif</b>	<b>1783,8</b>	<b>1777,8</b>
<b>Passif</b>		
Autres engagements à court terme	4,9	4,5
Engagements envers des sociétés affiliées	22,4	0,9
Prêts d'entreprises affiliées	70,0	80,0
Prêts d'entreprises proches	413,9	237,2
Provisions	84,4	84,3
Comptes de régularisation	10,6	13,2
<b>Total des fonds de tiers</b>	<b>606,2</b>	<b>420,1</b>
Emprunts de rang subordonné de personnes proches	0,0	260,0
Prêts de rang subordonné de personnes proches	75,5	203,9
<b>Total emprunts et prêts de rang subordonné</b>	<b>75,5</b>	<b>463,9</b>
Capital-actions	4,3	3,9
Réserve légale générale	225,6	225,6
Réserves issues d'apports de capital	487,0	324,1
Réserve libre	136,5	136,5
	<b>853,4</b>	<b>690,1</b>
Report de bénéfice	203,6	161,4
Résultat de l'exercice	45,1	42,3
<b>Bénéfice au bilan</b>	<b>248,7</b>	<b>203,7</b>
<b>Total des fonds propres</b>	<b>1102,1</b>	<b>893,8</b>
<b>Total du passif</b>	<b>1783,8</b>	<b>1777,8</b>

<b>Compte de résultat</b>	<b>2012</b>	<b>2011</b>
	<i>en mio. CHF</i>	<i>en mio. CHF</i>
<b>Produits</b>		
Revenu des participations	58,5	63,1
Revenu des titres et intérêts	17,5	19,7
<b>Total des produits</b>	<b>76,0</b>	<b>82,8</b>
<b>Charges</b>		
Charges d'intérêts	29,7	34,5
Frais d'administration	0,9	1,1
Attribution aux provisions	0,1	4,1
Impôts et redevances	0,2	0,8
<b>Total des charges</b>	<b>30,9</b>	<b>40,5</b>
<b>Bénéfice de l'exercice</b>	<b>45,1</b>	<b>42,3</b>

**Editeur**

GENERALI (Suisse) Holding SA  
Soodmattenstrasse 10  
8134 Adliswil 1  
Téléphone +41 (0)58 472 40 40  
Fax +41 (0)58 472 44 25  
info@generali.ch  
www.generali.ch

*Graphisme et réalisation*

Oberbeck SA, Zurich

*Photographie*

Christian Senti/Martin Richi, Zurich

## Adresses de contact

### **GENERALI**

#### **(Suisse) Holding SA**

Soodmattenstrasse 10  
8134 Adliswil 1  
Téléphone +41 (0)58 472 40 40  
Fax +41 (0)58 472 44 25  
info@generali.ch  
www.generali.ch

### **GENERALI**

#### **Assurances de personnes SA**

Soodmattenstrasse 10  
8134 Adliswil 1  
Téléphone +41 (0)58 472 44 44  
Fax +41 (0)58 472 55 55  
life@generali.ch

### **FORTUNA**

#### **Assurances sur la vie SA Vaduz**

Städtle 35  
FL-9490 Vaduz  
Téléphone +423 236 15 45  
Fax +423 236 15 46  
fl.service@fortuna.li

### **GENERALI**

#### **Assurances Générales SA**

Avenue Perdttemps 23  
1260 Nyon 1  
Téléphone +41 (0)58 471 01 01  
Fax +41 (0)58 471 01 02  
nonlife@generali.ch

### **FORTUNA**

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

Soodmattenstrasse 2  
8134 Adliswil 1  
Téléphone +41 (0)58 472 72 00  
Fax +41 (0)58 472 72 01  
info.rvg@generali.ch

### **FORTUNA**

#### **Investment SA**

Soodmattenstrasse 10  
8134 Adliswil 1  
Téléphone +41 (0)58 472 53 06  
Fax +41 (0)58 472 53 39  
investment@generali.ch

### **FORTUNA**

#### **Investment SA Vaduz**

Städtle 35  
FL-9490 Vaduz  
Téléphone +423 232 05 92  
Fax +423 236 15 46  
investment@generali.ch

[www.generali.ch/annualreport2012](http://www.generali.ch/annualreport2012)

