

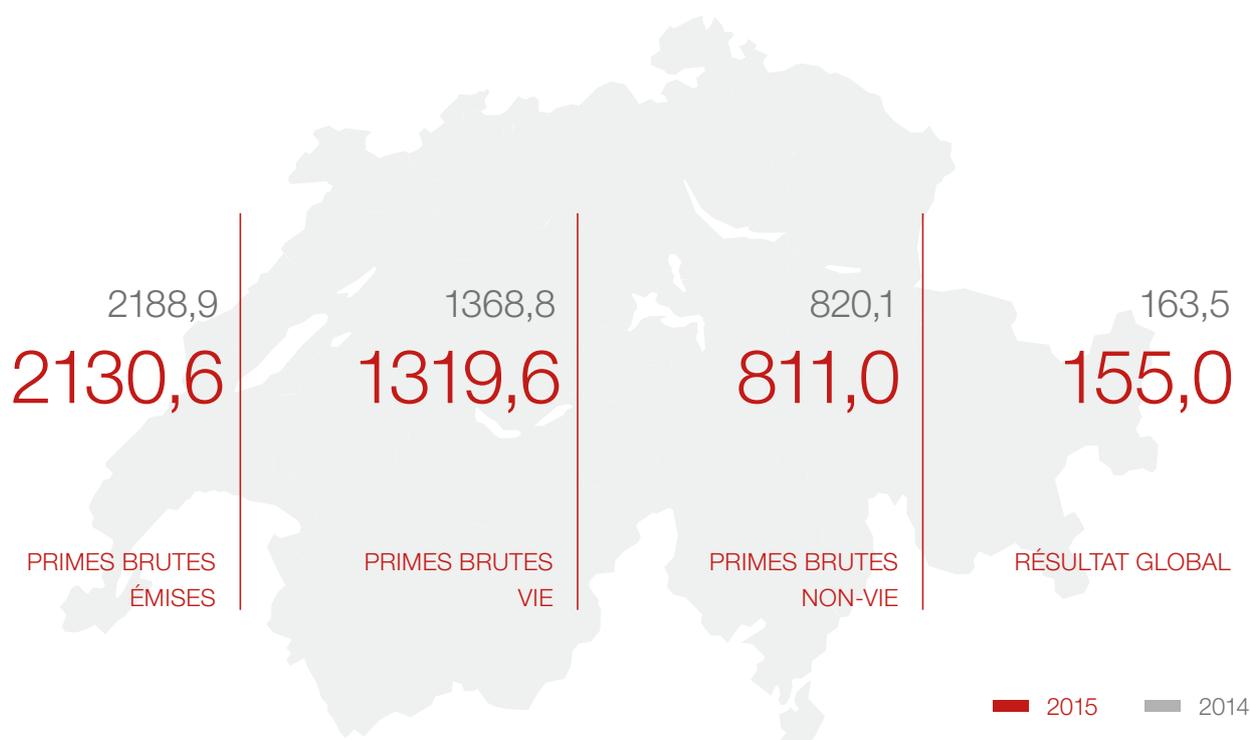
Rapport de gestion Groupe Generali Suisse 2015



generali.ch



Chiffres clés



Groupe Generali Suisse

en mio. CHF	31.12. 2015	31.12. 2014	Variation
Primes brutes émises	2130,6	2188,9	- 2,7 %
dont vie	1319,6	1368,8	- 3,6 %
dont non-vie	811,0	820,1	- 1,1 %
Placements de capitaux	16 447,7	16 025,5	2,6 %
Provisions techniques	13 772,0	13 573,0	1,5 %
dont vie	12 648,5	12 439,9	1,7 %
dont non-vie	1123,5	1133,1	- 0,9 %
Résultat global	155,0	163,5	2,6 %*
Combined Ratio non-vie	92,2 %	92,7 %	- 0,5 p.p.**
Nombre de collaborateurs	2088	2140	- 2,4 %
Service interne	1542	1586	- 2,8 %
Service externe	546	554	- 1,4 %

* Sur une base comparable à 2014. Tenant compte des éléments extraordinaires et exceptionnels sur l'exercice 2015, le résultat global 2015 fait état d'une baisse de 5,2 %.

** points de pourcentage

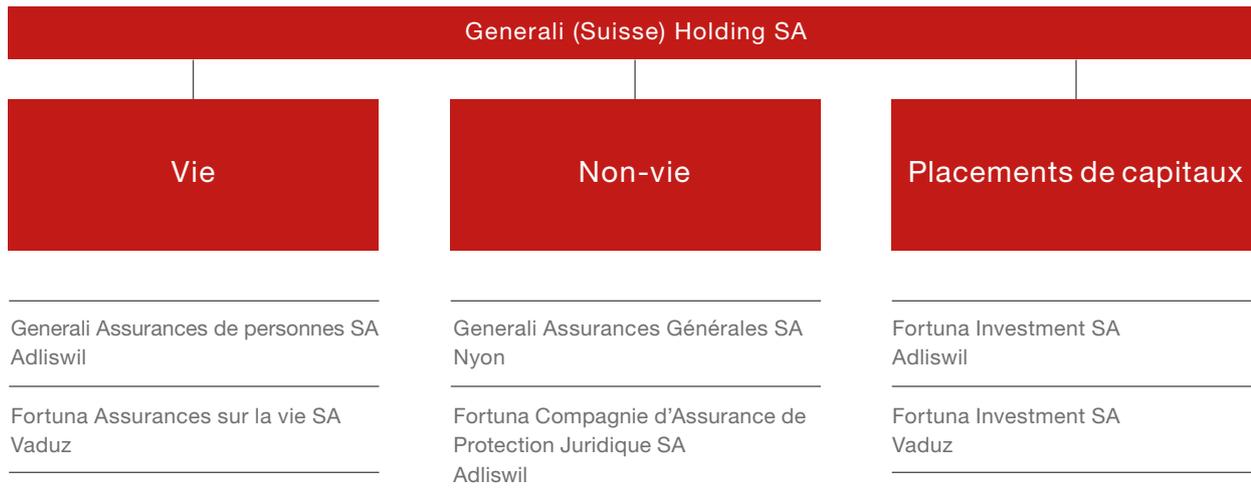
Sommaire

- 2. Chiffres clés**
 - 4. Structure des sociétés**
 - 5. Structure de direction**
 - 6. Editorial**
 - 8. Comité de Direction**
 - 10. Activités des domaines**
 - 19. Chiffres de l'exercice 2015**
 - 20. Chiffres clés des différents domaines**
 - 20.** Assurances-vie
 - 22.** Assurances non-vie
 - 24.** Placements de capitaux et fonds
 - 26. Rapports financiers des principales sociétés**
 - 26.** Generali Assurances de personnes SA
 - 28.** Generali Assurances Générales SA
 - 30.** Generali Compagnie d'Assurance de Protection Juridique SA
 - 32.** Generali (Suisse) Holding SA
 - 34. Mentions légales**
 - 35. Adresses de contact**
-

Groupe Generali Suisse

Structure des sociétés

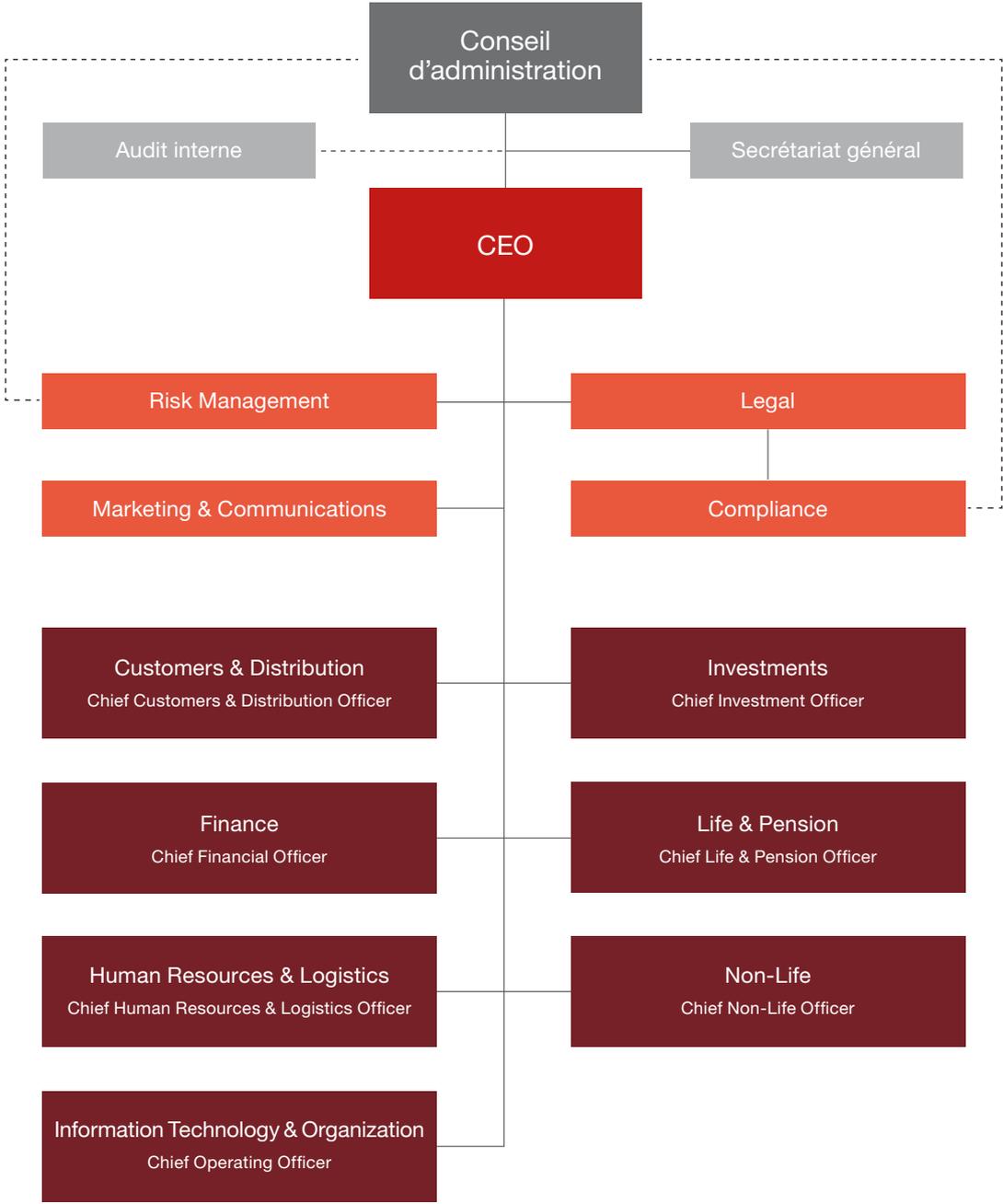
Le Groupe Generali Suisse est constitué de la manière suivante:



En tant que société locale de gouvernance et de participation, Generali (Suisse) Holding SA appartient à 100 % au Groupe Generali, sous la direction d'Assicurazioni Generali S.p.A, sis à Trieste. Le groupe d'assurance leader sur le plan mondial compte parmi les 50 plus grandes entreprises dans le monde. Plus de 70 millions de clientes et clients dans plus 60 pays font confiance aux compétences de longue date de l'assureur.

Le Groupe Generali Suisse travaille en étroite collaboration avec le Groupe Generali et ses sociétés sœurs partout dans le monde. Il partage leur vision, leur mission et leurs valeurs.

Structure de direction



■ Membres du Comité de Direction

- - - - - Directement rattaché au Conseil d'administration pour les rapports

Editorial

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

Nos clientes et nos clients sont au cœur de notre activité. Nous voulons être leur premier choix pour toutes leurs solutions d'assurance et de prévoyance. Au cours de l'année écoulée, nous avons beaucoup travaillé dans cet objectif et nous sommes ravis de constater que les retours sont majoritairement positifs.

Nous entretenons aujourd'hui un dialogue ouvert avec nos clients et sommes activement à leur écoute. Après chaque contact, nous leur demandons d'évaluer nos services. Ces retours d'information nous aident à comprendre précisément leurs besoins et à leur proposer rapidement les bonnes solutions. Ainsi, nous apprenons chaque jour de nos clients et créons progressivement une excellente culture du service.

Un bon résultat annuel

Notre image positive auprès de notre clientèle coïncide avec un résultat annuel réjouissant. En dépit d'un contexte très difficile, nous avons atteint nos objectifs économiques. Notre résultat global a enregistré une croissance de 2,6 % et nous avons encore amélioré notre rentabilité. Nous n'avons pas connu d'événements naturels de grande ampleur, ce qui nous a permis de tirer avantage d'une faible évolution des sinistres. Dans le domaine de l'assurance non-vie, le ratio combiné a été excellent: avec une valeur de 92,2 %, il souligne notre résultat technique très solide et compense le léger recul des primes brutes. En ce qui concerne le domaine de l'assurances-vie, nous avons pu augmenter le volume global des contrats conclus, principalement grâce aux produits à primes périodiques. Bien que les recettes des primes dans le domaine des primes uniques aient baissé, nous avons connu une bonne année en la matière. Le domaine Investments a également fortement contribué au résultat global positif, en dépit des turbulences sur les marchés boursiers.

Les conditions du marché se sont encore dégradées par rapport à l'exercice précédent. Les décisions de la Banque nationale de supprimer le cours plancher entre le franc et l'euro et d'introduire des taux d'intérêt négatifs ont considérablement accru la pression, notamment dans le domaine de l'assurance-vie. Les exigences réglementaires imposent un lourd travail administratif et auront une grande influence sur notre façon de définir nos produits à l'avenir. Nous travaillons notamment sur l'échéance des mesures d'allègement du Swiss Solvency Test, ainsi que sur la mise en application de la loi sur les services financiers et de l'échange automatique de renseignements.

Les solutions adaptées pour nos clients

Nous faisons tout notre possible pour adapter nos assurances aux conditions actuelles du marché et aux besoins de nos clients. Dans le domaine des assurances-vie et de la prévoyance, nous sommes constamment à la recherche de réponses à l'évolution des taux et à la volatilité des marchés. Nous avons donc développé de nouvelles solutions de prévoyance liées à des fonds, combinant parfaitement sécurité et perspectives de gain. Les clients ont très bien accueilli ces solutions, ce qui nous a permis d'obtenir un résultat positif. En conséquence, nous allons renforcer et affiner ces produits. Grâce à de telles innovations, nous jouons un rôle de précurseur dans le domaine des assurances-vie individuelles et participons activement à la définition du marché.

En ce qui concerne les assurances non-vie, nous nous concentrons actuellement sur la mise en place des bases nécessaires pour proposer des offres encore plus conviviales aux clients. Nous avons par exemple adapté la tarification et optimisé la collaboration entre le product management et la distribution. Ces deux mesures nous permettent d'aborder les clients existants et potentiels de façon plus souple, lorsqu'ils ont des demandes particulières par rapport à certains produits et services, ou lorsque des ajustements doivent être opérés suite à certains événements sur le marché. L'une des principales initiatives pour 2016 consistera à numériser les données des clients lors du traitement des sinistres, afin de pouvoir aider les assurés plus rapidement et avec encore plus de fiabilité en cas de sinistre.

Pour nous, la collaboration avec le Groupe Generali représente un important facteur de réussite dans tous les domaines. Elle nous permet de mettre au point des solutions optimales pour nos clients et de mener nos activités avec tout le potentiel et le savoir-faire d'un leader mondial. A titre d'exemple, la gestion centralisée des placements de capitaux au niveau du Groupe Generali a contribué aux bons résultats des investissements. Nos assurés ayant souscrit des solutions de prévoyance en ont tout particulièrement bénéficié.

Des points de contact diversifiés et des conseils de qualité

Nos clients souhaitent décider eux-mêmes quand et comment réaliser leurs opérations d'assurance. Ils disposent des moyens technologiques nécessaires pour cela, peuvent intervenir depuis n'importe où et sont flexibles du point de vue horaire. C'est la raison pour laquelle nous renforçons en permanence nos moyens de communication et de prestation de services. En 2015, nous avons notamment lancé notre Customer Value Center, un guichet central pour les assurés. Il repose sur une base de données numérique, grâce à laquelle les collaborateurs

en contact avec les clients peuvent à tout moment consulter les informations dont ils ont besoin pour la relation clientèle. Cela nous permet de proposer un service continu et très efficace.

Par ailleurs, nous avons remanié notre site Internet pour le rendre plus moderne et plus clair. Désormais, l'utilisateur dispose d'un service Internet complet disponible à toute heure pour lui fournir des informations. De plus, nous développons une solution qui permettra au client de traiter lui-même ses données en ligne. La nouvelle plateforme rencontre un vif succès – le nombre d'utilisateurs a plus que doublé. Nous prenons également en compte l'importance croissante des terminaux mobiles: nous mettons au point une application avec laquelle les clients pourront aisément échanger avec nous lorsqu'ils sont en déplacement.

Bien qu'il soit de plus en plus facile pour nos clients de nous contacter par téléphone ou en ligne, un conseil personnel avec nos collaborateurs dans nos agences régionales s'avère judicieux dans de nombreuses situations. Nous attachons une grande importance à l'amélioration constante de la qualité de nos services. Au sein du service externe, nous avons adopté une nouvelle approche: nous ne fournissons pas seulement un produit à chaque client, mais un suivi personnalisé et complet, parfaitement adapté à ses besoins. Afin de garantir les plus hauts standards en matière de conseil, nos collaborateurs s'engagent dans un processus continu de perfectionnement personnel et professionnel. Nous rendons ce gage de qualité visible pour le public au travers d'une certification indépendante et de l'inscription dans «Cicero», un registre public de conseillers en assurance diplômés.

Les collaborateurs, piliers de l'entreprise

Nous devons en grande partie nos bons résultats à nos collaborateurs, qui jouent un rôle important dans le développement constant de notre entreprise. Dans le cadre d'un sondage international, il est apparu qu'ils soutiennent les objectifs de l'entreprise et – grâce aussi à une communication ouverte et une gestion basée sur la confiance – qu'ils travaillent chaque jour avec constance et professionnalisme pour les atteindre. Pour cela, nous leur devons toute notre reconnaissance et nos plus vifs remerciements. Nos clients reconnaissent et apprécient également cette implication, et nous ont régulièrement fait part de leur satisfaction quant à la qualité de service l'année dernière. Nous nous efforçons en permanence d'offrir à nos collaborateurs un cadre de travail moderne et agréable, ainsi que de les intégrer toujours plus dans les processus organisationnels. De plus, nous cherchons continuellement à attirer les meilleurs talents et à les garder avec nous.

Les succès de l'année dernière et la satisfaction des clients nous montrent que nous avançons dans la bonne voie. Nous remercions nos clients pour leur fidélité, leur confiance et leurs remarques constructives, qui nous permettent de nous améliorer

constamment. Les années à venir continueront de nous poser de nombreux défis, que nous relèverons en restant attentifs et innovants, afin d'offrir à nos clients les meilleures solutions.

Jaime Anchústegui
Vice-président du
Conseil d'administration

Alfred Leu
Chief Executive Officer
2005–2015

Remarque: Le Chief Executive Officer Alfred Leu s'est retiré de sa fonction fin décembre 2015. Depuis le 1^{er} janvier 2016, Alfred Leu dirige Generali Holding Vienna. Il a fortement marqué l'évolution de notre entreprise ces dernières années. Nous le remercions pour sa grande implication et lui souhaitons le meilleur dans sa nouvelle fonction.

Le 1^{er} mai 2016, Andreas Krümmel prendra ses fonctions de Chief Executive Officer. Le 7 avril 2016, le Conseil d'administration du Groupe Generali Suisse a élu Jaime Anchústegui en tant que Président.

*Conseil d'administration et Comité de Direction
du Groupe Generali Suisse*



Vincent Brulhart, Bernhard Locher, Alessio Sarti, Jean-Pierre Schmid, René Schmidli, Dominique Covolo, Alfred Leu, Peter Herzog

Comité de Direction

Alfred Leu, Chief Executive Officer, 2005–2015

«Chez nous, le client occupe une position centrale. Nous faisons tout pour lui offrir une expérience positive tout au long de sa relation avec nous. En l'écouter et en comprenant ses besoins individuels, nous trouvons les meilleures solutions d'assurance pour lui. Ses commentaires nous permettent également d'identifier des possibilités d'amélioration et de développement pour notre société. Ainsi, nous améliorons nos processus et notre service. Telle est notre formule gagnante pour l'avenir.»

Peter Herzog, Chief Customers & Distribution Officer depuis 2006

«Nous voulons mieux comprendre la situation personnelle de chaque cliente et de chaque client. L'an dernier, nous avons donc contacté près de 10 000 personnes chaque mois pour leur demander de nous faire part de leurs attentes. A notre grande satisfaction, un tiers d'entre elles nous a répondu. Lorsqu'il existe un besoin, nous discutons des solutions possibles directement avec les clients. Leurs remarques nous aident à ajuster toujours mieux notre culture d'entreprise en leur direction. Nous voulons donc renforcer ce type d'échanges.»

Bernhard Locher, Chief Life & Pension Officer depuis 2009

«Nous offrons à nos clients de la sécurité mais aussi des perspectives de rendement attractives. Compte tenu du contexte difficile dans le domaine de l'assurance-vie, nous suivons de près les évolutions des marchés. Nous sommes ouverts à de nouvelles solutions et jouons un rôle de précurseur dans leur mise en œuvre. Ainsi, nous donnons à nos clients des perspectives positives pour leur prévoyance.»

Vincent Brulhart, Chief Non-Life Officer depuis 2011

«Notre principale mission consiste à travailler sans cesse sur notre offre, pour donner satisfaction à nos assurés à long terme. Actuellement, le marché des assurances choses évolue à un rythme très rapide. Grâce à l'implication et au professionnalisme de nos collaborateurs, nous tenons parfaitement la cadence. Nous disposons d'un très bon assortiment de produits, ainsi que d'une organisation de vente efficace et axée sur le client. Avec ces atouts, nous gagnons la confiance de toujours plus de clients.»

René Schmidli, Chief Investment Officer depuis 2014

«Il est de notre responsabilité de placer le capital de nos clients de façon sûre et de le faire fructifier. Une grande prudence dans les placements et une forte diversification constituent les principaux atouts de notre stratégie d'investissement. Les événements de janvier 2015, qui ont vu la suppression du cours plancher avec l'euro et l'abaissement des taux, ont montré que cette orientation est indispensable pour une politique d'investissement efficace dans le contexte actuel. En conséquence, nous poursuivrons notre stratégie à l'identique en 2016.»

Alessio Sarti, Chief Financial Officer depuis 2011

«La direction de notre entreprise prend chaque jour des décisions basées sur des faits et des chiffres, en se fiant aux informations transmises par le domaine financier. Nos collaborateurs se montrent à la hauteur de cette responsabilité, en assurant une gestion minutieuse et transparente de nos données chiffrées. A ce titre, ils apportent une contribution précieuse au développement de la valeur ajoutée de notre société pour nos clients et autres parties prenantes.»

Dominique Covolo, Chief Operating Officer depuis 2012

«L'amélioration de l'expérience client est primordiale pour nous. Nous vivons un processus de changement passionnant, qui pose d'importants défis à nos collaborateurs et à nos ressources matérielles et immatérielles. L'an dernier, nous avons posé les bases pour le travail des prochaines années. Notre but: renforcer encore notre efficacité et développer les possibilités d'accès pour nos clients.»

Jean-Pierre Schmid, Chief Human Resources & Logistics Officer depuis 2010

«Avec nous, les clients apprécient d'être suivis par des collaborateurs motivés et bien formés. Notre principale mission consiste donc à fournir aux bons collaborateurs des conditions idéales pour déployer tout leur potentiel. Cela implique une gestion ciblée des talents et un développement constant, tant sur le plan personnel que professionnel. Tout aussi importante est la logistique, qui soutient des projets à l'échelle du groupe international tels que la numérisation, et qui constitue un pilier de notre réussite future.»

Activités des domaines

1

Ecouter et comprendre

Nous plaçons nos clients au cœur de notre travail

Un aventurier qui fonde une nouvelle entreprise à l'âge de 65 ans. Un jeune musicien atteint d'une déficience auditive qui publie son propre

magazine musical. Une juriste qui troque son tailleur contre des bottes en caoutchouc et qui élève aujourd'hui des chevaux dans le Val Poschiavo. Voilà trois des huit Suisses dont nous avons présenté l'histoire personnelle au cours de l'année 2015, à travers des spots TV, des annonces publicitaires et différents médias en ligne.

Les personnes dont nous avons ainsi dressé le portrait évoquent en chacun de nous une expérience personnelle, une aspiration qui lui est propre. Cela explique pourquoi cette campagne a reçu un écho positif et pourquoi notre message a été bien accueilli par le public: tous les clients souhaitent qu'on les écoute et que l'on comprenne leurs besoins spécifiques. Ainsi, ils sont au cœur de nos activités et bénéficient de la solution d'assurance qui correspond très précisément à leur situation personnelle.

Apprendre de nos clients

Comment nos clients peuvent-ils nous communiquer leur niveau de satisfaction? Ils doivent avoir la possibilité de nous donner leur avis de façon simple et rapide. Pour cela, nous demandons à nos assurés après chaque contact (qu'il s'agisse par exemple de la conclusion d'un nouveau contrat, d'une modification de contrat ou de la déclaration d'un sinistre) de nous donner leur avis par e-mail. Lorsque nous voulons comprendre encore mieux leurs besoins particuliers ou trouver des solutions à des questions ouvertes, nous les appelons personnellement. En évaluant systématiquement leurs commentaires, nous pouvons identifier les actions à mener au niveau de notre structure et de nos processus. Ainsi, nous apprenons de nos clients et améliorons leur niveau de satisfaction.

2

Disponibles partout et à tout moment

La relation clientèle est un voyage

Pour nos clients, la relation qu'ils ont avec nous est comme un voyage, qui dure souvent plusieurs années ou dizaines d'années. Avec le temps, les technologies de

communication évoluent, tout comme les demandes de nos clients en termes de possibilités de contact. Dans ce domaine, les préférences sont très personnelles. Par exemple, notre nouveau client bernois Philippe Blaser s'est informé à notre sujet sur les réseaux sociaux et nous a contactés par e-mail. Il a ensuite eu un entretien personnel avec l'un de nos conseillers. Aujourd'hui, Philippe utilise sa tablette pour adapter en ligne sa solution d'assurance ou nous appelle pour déclarer un sinistre.

Mais quel que soit le type de voyage de nos clients, nous voulons qu'ils puissent à l'avenir utiliser à leur guise tous les moyens de communication, et ce à tout moment. L'année 2015 a marqué une avancée importante dans cette voie. Nous avons en effet posé les jalons techniques et organisationnels, et réalisé les premières étapes de mise en œuvre.

Une nouvelle présence sur Internet pour enrichir le contact client

Internet est le moyen le plus diversifié dont disposent nos clients pour échanger avec nous. On comprend donc pourquoi nous améliorons constamment notre présence sur Internet. En décembre 2015, nous avons mis en ligne la toute nouvelle version de notre site Internet. Entre autres caractéristiques, il adopte un visuel moderne, différencie les clients privés des clients professionnels, et dispose d'un outil de recherche thématique efficace.

Un exemple de la diversité de notre site Internet: Léa Giroud, cliente de Generali, rentre chez elle et, sur le chemin du retour, souhaite s'informer sur une assurance ménage pour son premier logement à Lausanne. Elle trouve toutes les données importantes sur notre site Internet et peut obtenir un calcul des primes en quelques secondes. Elle peut alors souscrire son assurance tout de suite en ligne ou bien trouver une agence à proximité pour un rendez-vous de conseil. Un chat en ligne est également disponible pour répondre à ses questions. Ainsi, nous permettons à tous les utilisateurs de naviguer facilement sur notre site et à des clients tels que Léa Giroud d'obtenir une réponse rapide et complète à leurs demandes personnelles.



La retraite? Je suis
encore bien trop jeune
pour y penser.

Jean-Philippe Patthey, La Brévine

Un guichet pour tous les besoins

Nos clients décident par quel moyen ils souhaitent nous contacter. Afin de pouvoir traiter rapidement et efficacement les différentes demandes, nous avons créé un guichet central. Celui-ci intègre une base de données, qui permet à nos collaborateurs de service d'avoir en un coup d'œil une vue d'ensemble complète du dossier du client. Ainsi, nous gagnons considérablement en efficacité et en qualité de service, et nos clients bénéficient d'un suivi complet.



J'ai réfléchi à
mon avenir et
j'ai voulu faire quelque
chose pour moi.

Irene Petraglio, Bruzella



3

La meilleure qualité de conseil

Une approche de conseil globale, tout à l'avantage des clients

Au fil de la vie, les choses changent. Cela donne souvent lieu à des questions concernant la couverture d'assurance. C'est le cas de

Sara et Jan Gisin, de Bâle: ils rêvent d'enfants et d'une maison à la campagne, mais se posent beaucoup de questions. Comment fonctionne une hypothèque? Et l'assurance bâtiment? Qu'est-ce que cela implique pour la couverture financière? Et la prévoyance vieillesse?

Les Gisin disposent de plusieurs moyens d'obtenir ces informations auprès de Generali. Ils choisissent un entretien personnel avec leur conseiller clientèle. Celui-ci analyse la situation de la famille dans son ensemble. Il y consacre le temps nécessaire afin de bien comprendre les besoins, les objectifs et les rêves de Sara et Jan, pour qu'ils puissent définir eux-mêmes leurs priorités. Cette approche de conseil et les instruments correspondants témoignent de notre orientation client. Depuis mi-2015, tous les collaborateurs du service externe sont formés à cette nouvelle approche et offrent à nos clients un service d'une qualité élevée et constante.

Des conseillers clientèle Generali au meilleur niveau

Nos conseillères et nos conseillers sont des professionnels de l'assurance qui proposent aux clients des services d'excellence, grâce notamment à une approche de conseil complète. Afin de renforcer encore la confiance de nos groupes d'intérêts, nous faisons certifier tous les collaborateurs du service externe par l'Association pour la formation professionnelle en assurance (AFA). Il s'agit d'une condition préalable pour l'enregistrement dans Cicero, un registre public de conseillers en assurance diplômés. A l'heure actuelle, 270 collaborateurs Generali sont inscrits dans Cicero et s'engagent en conséquence à suivre une formation continue.

Marco Ferramosca, conseiller en assurance et prévoyance depuis six ans pour l'agence générale de Winterthour, a suivi ce cursus d'attestation: «Avant un entretien de conseil, les clients s'informent de plus en plus par eux-mêmes. Cela renforce leurs exigences à notre égard. Lors de la formation, j'ai pu approfondir systématiquement mes compétences professionnelles et en acquérir de nouvelles. Cela me donne la garantie de pouvoir conseiller mes clients au mieux dans tous les domaines.»

4

Des solutions individuelles

Assurer sa prévoyance vieillesse – une préoccupation importante pour les clients

De bons conseils, délivrés par des conseillers en prévoyance professionnels, ont une grande valeur. En effet, nos clients se demandent à juste titre: Quels produits de prévoyance sont aujourd'hui les plus sûrs? Et où peut-on encore obtenir un rendement intéressant? Compte tenu de la faiblesse des taux d'intérêt et de l'instabilité des marchés financiers, les solutions classiques touchent à leurs limites. Les prestations garanties deviennent plus chères et les rendements sont modestes.

Grâce à une nouvelle gamme de produits liés à des fonds – disponible depuis septembre 2015 – nos clients peuvent employer au mieux leur épargne afin d'assurer leur prévoyance vieillesse. Un concept de sécurité innovant offre un meilleur contrôle des fluctuations sur les marchés financiers, tout en proposant des perspectives de rendement attractives. Nos clients profitent ainsi de notre bonne situation sur le marché et de notre rôle précurseur dans le développement de solutions de prévoyance pour l'avenir.

La tarification favorise les clients individuels

Dans le domaine de l'assurance choses également, nous pouvons répondre encore mieux aux besoins de nos clients par le biais de la tarification. Supposons qu'un canton investisse dans la sécurité de conduite des jeunes conducteurs, ce qui entraîne une réduction du nombre de dommages imputables à un accident. Nous pouvons réduire le tarif pour les jeunes conducteurs de ce canton dans un délai très court. Ainsi, nos clients bénéficient d'un calcul des primes adapté au risque.

Pour les groupes importants de clients, comme pour l'assurance indemnités journalières en cas de maladie, des valeurs moyennes sont souvent utilisées pour calculer les primes. Les valeurs empiriques concernant les dommages d'un assuré particulier sont pourtant plus pertinentes. Par conséquent, nous avons choisi d'employer une méthode de calcul des primes prenant davantage en compte la situation du client. Au final, cette méthode est aussi avantageuse pour lui, les primes étant précisément adaptées à son profil de risque.

Des prestations en cas de sinistres systématiquement orientées vers les besoins du client

Qu'il s'agisse d'un accident sportif, d'un bris de glace, d'un vol de véhicule ou d'une inondation, nous soutenons nos assurés sinistrés de façon simple et rapide. Nous évaluons sys-

tématiquement leurs réactions à nos services, afin d'améliorer constamment nos processus de service pour nos clients. Avec la mise en place l'an dernier de nouvelles unités spécialisées pour les dommages matériels et pour les maladies et accidents, nous avons orienté notre organisation de façon plus systématique vers leurs besoins. Grâce à des initiatives ciblées pour les véhicules motorisés, la lutte antifraude et les recours, nous avons encore sensiblement réduit la charge des sinistres.

«Par leur forte implication, nos collaborateurs sont à l'origine de la constante grande satisfaction de nos clients», affirme Roman Clavadetscher, responsable secteur. «Avec la nouvelle organisation et les améliorations en cours, nous avons posé, en collaboration avec le Groupe Generali international, les bases pour un service toujours plus abouti auprès de nos clients.»

Une protection juridique dans toutes les situations

Beaucoup de cas d'assurance affectent nos clients bien au-delà de l'aspect financier. Un exemple: alors qu'il était au volant de sa Volvo, Mattia Bernardi, de Lugano, ne pouvait pas s'attendre à ce qu'une femme apparaisse soudain sur la route. N'est-ce pas? Les circonstances de l'accident qui s'en est suivi restent floues, une procédure judiciaire est en cours. Un jugement aurait des répercussions négatives, telles qu'une inscription au casier judiciaire et une longue période de retrait de permis.

Mattia Bernardi est cliente de Fortuna, notre compagnie d'assurance de protection juridique. Notre première mission consiste à comprendre sa situation et à lui éviter l'angoisse du procès. Nous prenons également en charge les honoraires d'avocat. Enfin, il est essentiel de lui donner la garantie que nous représentons ses intérêts dans cette situation difficile.

Nos clients peuvent se tourner vers nous pour toute question juridique. Pour qu'ils puissent profiter à tout moment de l'expertise de nos 60 juristes, nous avons réorganisé ces derniers en 2015 par domaines de spécialité. L'année prochaine, nous continuerons à améliorer l'accès à nos services pour nos clients avec une protection juridique.



Tout le monde
peut trouver son Everest.
N'importe où.

Marco Bernasocchi, Bellinzona

5

Des processus à valeur ajoutée

Vers la satisfaction client

Dans tous les domaines de l'assurance choses, on constate l'importance d'un travail efficace et orienté vers le client. C'est la raison pour laquelle nous nous concentrons

sur les processus qui apportent une réelle valeur ajoutée au client. La méthodologie éprouvée Lean Six Sigma nous aide à affecter nos ressources aux processus essentiels et à réduire les délais pour nos services et nos innovations en matière de produits. Cela nous permet d'améliorer l'expérience des clients en contact avec nous. En 2015, nous avons lancé différents projets dans le domaine des produits et de l'informatique, qui ont d'ores et déjà sensiblement amélioré notre efficacité et le niveau de satisfaction des clients.

La transparence grâce à des processus financiers plus simples

En plus de l'efficacité, la transparence et la sécurité comptent parmi les principes exigences que l'on attend de notre société. «Je veux pouvoir compter sur Generali pour utiliser mon argent dans mon intérêt et protéger mes placements à long terme», explique Luc Favrat, l'un de nos clients à Sierre. Nous y travaillons en permanence, notamment en respectant à la lettre les exigences légales, comme par exemple celles concernant les réserves de liquidités. Pour Luc Favrat, il s'agit de lignes directrices facilement vérifiables, dont le respect fait de nous un partenaire encore plus digne de confiance.

L'une des principales nouveautés tient à l'introduction d'une plateforme pour l'ensemble du Groupe Generali, qui permet d'établir les rapports financiers selon la directive Solvency II. Avec cette nouvelle solution, nous pouvons organiser les processus de façon plus simple et plus efficace, en couvrant par exemple toutes les exigences réglementaires avec une seule et même base de données. Par ailleurs, les mécanismes de contrôle nécessaires sont intégrés dans tous les processus.

La gestion des placements, un élément central de nos activités d'assurance au quotidien

Les prescriptions réglementaires et le maintien d'une bonne solvabilité requièrent aujourd'hui encore plus d'attention. La gestion des risques devient toujours plus complexe, tandis que développer des produits s'avère plus difficile dans un contexte de taux d'intérêts bas. Tout cela nous amène à renforcer constamment l'intégration du processus de placement dans la stratégie globale du Groupe Generali Suisse. Pour nos clients, c'est un élément important car cela nous permet de garantir encore mieux la sécurité et la rentabilité des capitaux qui nous sont confiés. Afin de pouvoir nous concentrer davantage sur cette fonction de pilotage, nous avons externalisé un certain nombre d'activités de gestion de portefeuille au Groupe Generali. Cette collaboration à l'échelle internationale nous permet, et à nos clients au final, de mieux faire fructifier les investissements.

Une communication plus simple grâce au dossier client numérique

Oliver Aliesch, qui habite à Illanz, recherche la meilleure solution d'assurance pour sa nouvelle voiture. Il choisit Generali. Pour le conseil, l'établissement de la proposition, la conclusion du contrat et l'attestation d'assurance, il est en contact avec le conseiller clientèle et avec notre Customer Value Center. Pour que ce soit rapide et pour éviter les problèmes de coordination, nous avons simplifié le processus: nous numérisons tous les documents et les enregistrons de façon centralisée. Ainsi, tous les collaborateurs concernés peuvent consulter le dossier d'Oliver en quelques secondes et communiquer avec lui à tout moment sur sa situation actuelle.

A partir de mars 2015, toutes les offres et tous les contrats du domaine Non-Life, ainsi que les documents de notre service externe, ont été enregistrés dans le système. D'ici fin 2017, nous numériserons les documents client qui nous parviennent dans tous les domaines de spécialité. Cet archivage sans papier est très utile pour le client et nous permet de gagner de la place, de travailler plus efficacement et de préserver l'environnement.



Je souhaite pour ma fille
ce que mes deux mamans
voulaient pour moi.

Dina Lasha, Oberwil BL

6

Nous sommes
Generali**Une bonne communication interne renforce l'image à l'externe**

Tout comme les situations de vie de nos clients, les conditions de travail de notre entreprise évoluent. Nous

mettons tout en œuvre pour nous adapter aux exigences des clients et du marché.

Pour cela, nos collaborateurs doivent posséder une connaissance approfondie des axes stratégiques et des activités de notre groupe international. C'est pourquoi nous encourageons le dialogue avec les cadres dirigeants et l'échange entre les différents domaines d'activité. Nous mettons aussi à la disposition de nos collaborateurs différents nouveaux moyens de communication et de transmission du savoir, qui permettent également de poser des questions et de faire des suggestions.

A l'aide de ces canaux de communication, notre Comité de Direction a beaucoup travaillé l'an dernier pour comprendre encore mieux les différents besoins en information de l'ensemble des collaborateurs et pour renforcer la culture du dialogue et du retour d'information. Nous stimulons ainsi la motivation des collaborateurs et leur identification à l'entreprise, ce qui nous permet d'être perçus par les clients comme un partenaire sûr de lui et digne de confiance. La première évaluation réalisée auprès des collaborateurs et des clients nous montre que nous sommes sur la bonne voie, avec cette ouverture et la simplification de la communication.

Les collaborateurs engagés façonnent l'entreprise

Une bonne communication interne passe par la prise en compte des retours d'expérience de nos collaborateurs dans le développement de l'entreprise. Car ce sont eux qui communiquent avec les clients au quotidien et qui appliquent nos processus. Afin d'entendre leurs idées et leurs propositions d'amélioration, le Groupe Generali a mené pour la première fois une enquête de satisfaction internationale. Cette initiative a reçu un écho incroyable: près de 59 000 collaborateurs basés dans 42 pays y ont participé.

Jean-Pierre Schmid, Chief Human Resources & Logistics Officer, évoque deux priorités à traiter pour le Groupe Generali Suisse, identifiées au terme de cette enquête: «Nous créons un environnement qui permet à nos collaborateurs de travailler selon une approche à la fois compétitive et orientée vers le client. Ainsi, nous renforçons le souci de la performance, les compétences et la satisfaction de nos collaborateurs. Nous travaillons ainsi à devenir une compagnie d'assurance leader au niveau mondial, offrant les meilleures solutions à ses clients.»

Des opportunités de développement personnel et professionnel

Nous faisons davantage participer nos collaborateurs à l'organisation de notre entreprise. Nous veillons à ce qu'ils puissent évoluer en même temps qu'elle. Grâce à un programme de formation et de perfectionnement attractif, nous leur donnons à tous la possibilité de développer en permanence leurs compétences personnelles et professionnelles.

En 2015, nous avons organisé le premier Generali People Day. Les employés ont pu s'informer sur de nombreuses questions liées aux ressources humaines, en particulier sur les diverses possibilités de formation, qui vont du cours de langue jusqu'à des formations spécialisées approfondies. Entre autres choses, nous avons présenté notre programme de gestion des talents (Talent Management), grâce auquel nous pouvons identifier de façon encore plus ciblée les collaborateurs à fort potentiel et les préparer à des missions plus pointues.

Nos collaborateurs apprécient ce type de contact et profitent activement de nos offres, ce qui bénéficie aussi à notre entreprise, étant donné que des collaborateurs satisfaits et motivés sont nos meilleurs ambassadeurs auprès de nos clients et des autres groupes d'intérêt.

7

Notre
responsabilité**Avancer ensemble**

Nous faisons partie de la société dans laquelle nous vivons et travaillons. Une relation durable avec notre environnement et nos groupes d'intérêt est donc essentielle pour nous. Comme contribution à notre responsabilité

sociale, nous avons organisé le premier Generali Community Day au mois de décembre 2015. Des organisations d'utilité publique se sont présentées à nos collaborateurs avec des stands et diverses activités, ce qui a donné lieu à de passionnants échanges.

En clôture de cet événement, nous avons organisé une collecte de fonds: «Si un projet nous intéressait, un sondage nous permettait de voter pour lui», raconte notre collaboratrice Caroline Killé. «Nous avons ensuite fait don du crédit sur notre compte de consommation personnel pour le restaurant d'entreprise. Le montant total a été réparti entre les organisations selon le nombre de voix obtenues. Une excellente idée!» Cet événement a remporté un franc succès. Les généreux dons de nos collaborateurs ont été complétés par l'entreprise et les organisations participantes ont ainsi reçu une contribution conséquente de notre part.

Chiffres de l'exercice 2015

Chiffres clés des différents domaines¹

ASSURANCES-VIE

en mio. CHF	31.12.2015	31.12.2014	Variation
Primes brutes émises totales	1319,6	1368,8	- 3,6 %
dont:			
Assurances-vie liées à des fonds	837,2	898,5	- 6,8 %
dont à primes en cours	836,9	879,0	- 4,8 %
dont à primes uniques	0,3	19,5	
Assurances-vie conventionnelles	482,4	470,3	2,5 %
dont à primes en cours	391,4	373,2	4,9 %
dont à primes uniques	91,0	97,1	- 6,3 %
Annual premium equivalent	72,3	70,5	2,5 %
New Business Value	16,8	35,5	- 52,7 %

Primes brutes

Au cours de l'exercice 2015, les primes ont enregistré une baisse de 3,6 % dans le domaine de l'assurance-vie. Deux raisons expliquent ce recul: l'activité financée à l'aide des primes uniques a baissé de 22 % par rapport à l'exercice record de 2014, les taux historiquement bas nous ayant incités à ne plus proposer de produits à primes uniques liés à des fonds en 2015. Par ailleurs, notre société d'assurance-vie dans la Principauté du Liechtenstein n'a conclu aucun nouveau contrat.

Dans le domaine des produits à primes en cours, les recettes ont totalisé CHF 1228,3 millions au cours de la période sous revue. En dépit d'un contexte difficile pour les taux sur le marché suisse, nous avons pu maintenir presque à l'identique le niveau de l'exercice précédent. Avec plus de 63 % du montant total des primes encaissées, les assurances-vie liées à des fonds restent notre principale source de revenus dans le domaine des assurances-vie. Dans le domaine des assurances-vie conventionnelles, le volume a augmenté de 2,5 % pour atteindre CHF 482,4 millions.

Annual premium equivalent

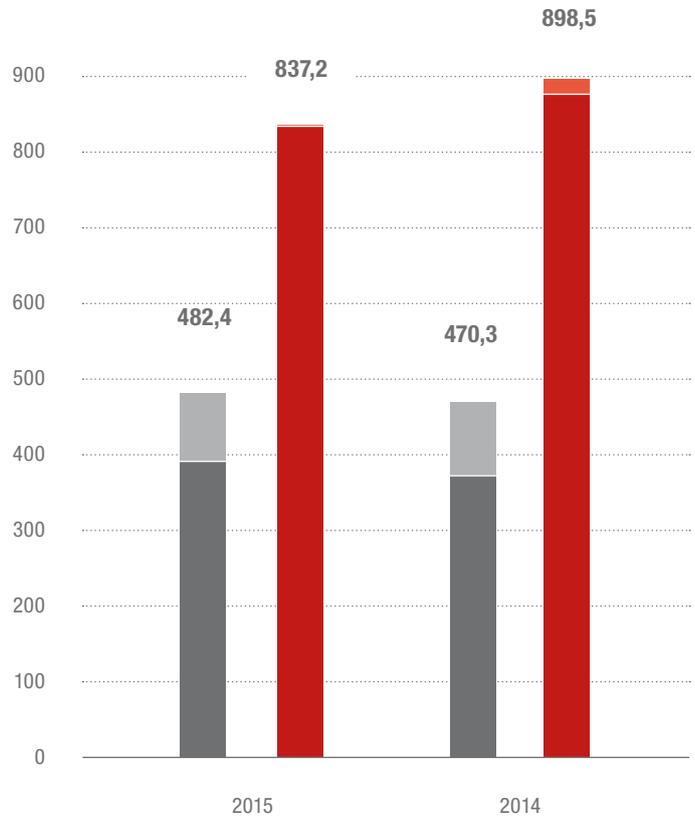
L'annual premium equivalent est un indicateur qui nous permet de réunir les primes encaissées issues des nouvelles affaires à primes uniques et celles provenant des nouvelles affaires à primes en cours. A cette fin, les primes uniques sont prises en compte à hauteur de 10 % et additionnées aux primes en cours. En dépit du contexte difficile sur le marché au cours de l'exercice 2015, nous avons connu une hausse de 2,5 % des nouvelles affaires, grâce à une augmentation de 7,3 % des affaires à primes périodiques. Dans ce segment, les assurances-vie conventionnelles tout comme les assurances-vie liées à des fonds ont progressé par rapport à l'exercice précédent.

New Business Value

En raison des taux d'intérêt historiquement bas, la valeur des nouvelles affaires, la New Business Value, a baissé de 52,7 % au cours de la période sous revue.

¹ indicateurs agrégés IFRS

Primes brutes émises
en mio. CHF



■ Assurances-vie conventionnelles à primes en cours
■ Assurances-vie conventionnelles à primes uniques

■ Assurances-vie liées à des fonds à primes en cours
■ Assurances-vie liées à des fonds à primes uniques

ASSURANCES NON-VIE

en mio. CHF	31.12.2015	31.12.2014	Variation
Primes brutes émises totales	811,0	820,1	- 1,1 %
dont:			
Assurances véhicules à moteur	352,7	373,3	- 5,5 %
Assurances choses, entreprises et industrie	240,6	240,8	- 0,1 %
Assurances maladie et accidents	217,7	206,1	5,6 %
Combined Ratio	92,2 %	92,7 %	- 0,5 p.p.
dont taux de sinistres net	68,3 %	70,2 %	- 1,9 p.p.
dont taux de charges net	23,9 %	22,6 %	1,3 p.p.

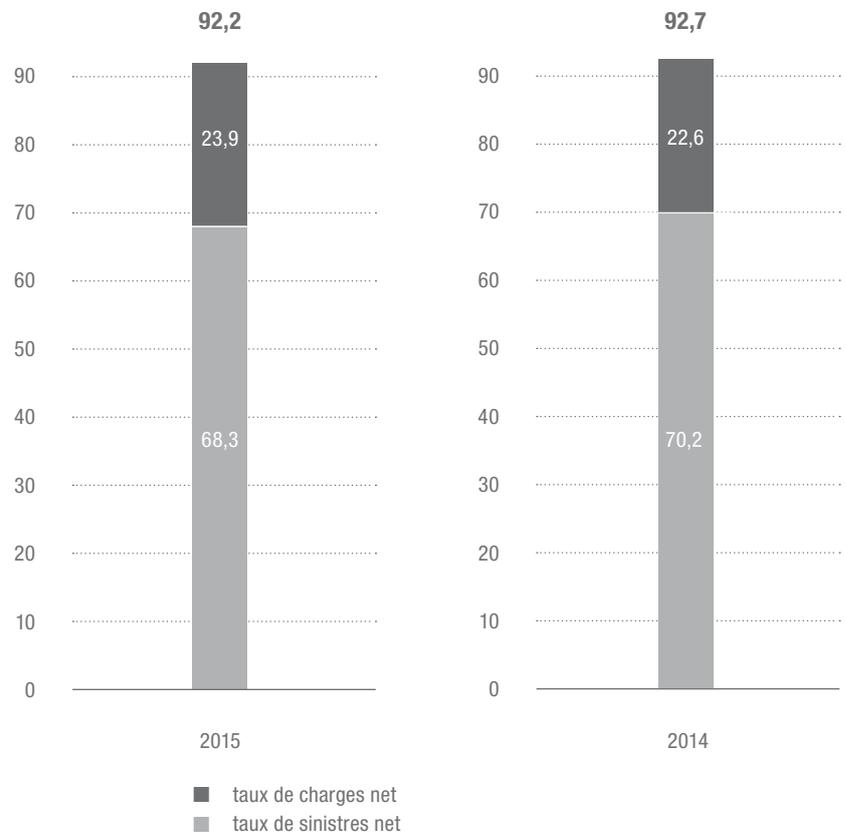
Primes brutes

Dans le domaine des assurances non-vie, les primes ont reculé de 1,1 %. Avec une part proche de 43 % du volume total des primes, les assurances véhicules à moteur constituent la branche la plus importante. Suite à un nouvel assainissement du portefeuille, la tendance au repli des primes s'est poursuivie, avec une baisse de 5,5 %. Les nouvelles affaires ayant encore évolué légèrement à la baisse, nous nous sommes concentrés sur la rentabilité. Dans les autres branches non-vie, nous avons atteint une croissance de 2,6 % en moyenne.

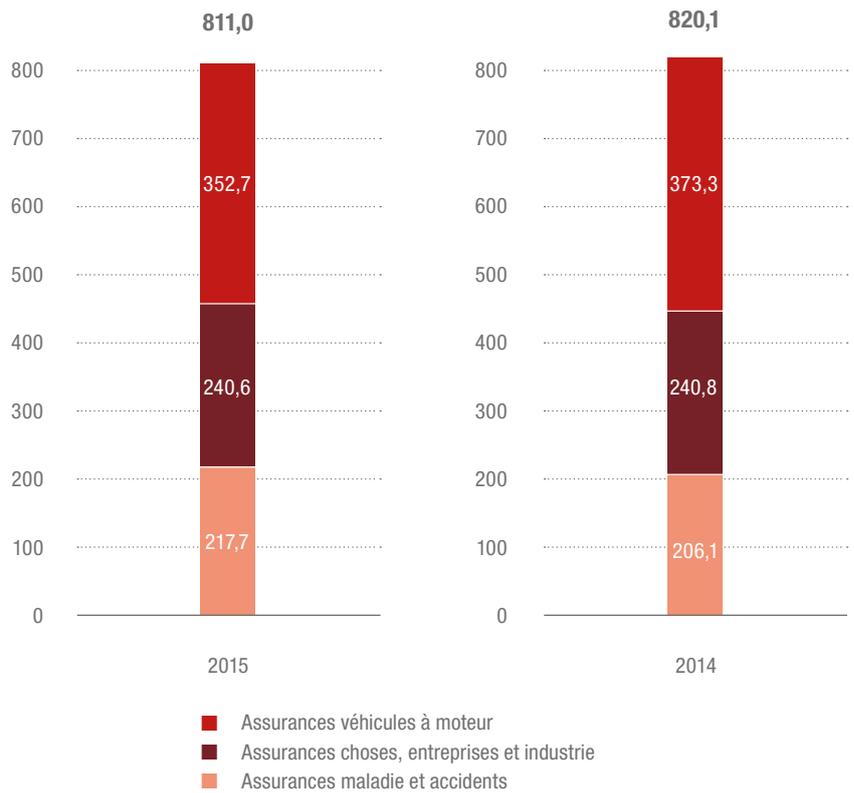
Combined Ratio

Cet accent mis sur la rentabilité se retrouve en particulier dans le ratio combiné, que nous avons pu réduire de 0,5 points de pourcentage pour atteindre un très bon résultat de 92,2 %. Nos efforts se sont également reflétés dans la diminution de 1,9 points du taux de sinistres, qui s'élève désormais à 68,3 %.

Combined Ratio
en pourcentages



Primes brutes émises
en mio. CHF



PLACEMENTS DE CAPITAUX ET FONDS

à leur valeur de marché, en mio. CHF			2015			2014	Variation
	Vie	Non-vie	Total	Vie	Non-vie	Total	
Immeubles	831,5	546,9	1378,4	786,6	509,2	1295,8	6,4 %
Hypothèques	576,3	134,5	710,8	494,6	125,7	620,3	14,6 %
Obligations	3839,0	841,5	4680,5	3625,1	868,0	4493,1	4,2 %
Actions	161,8	133,1	294,9	182,8	151,9	334,6	- 11,9 %
Marché monétaire	211,0	89,5	300,5	211,4	24,8	236,1	27,3 %
Produits dérivés	734,3	-	734,3	618,5	-	618,5	18,7 %
Autres	104,2	64,5	168,7	49,3	80,5	129,8	30,0 %
Total	6458,1	1810,0	8268,1	5968,3	1760,1	7728,4	7,0 %
Parts d'assurances-vie liées à des fonds	8179,6	-	8179,6	8297,1	-	8297,1	- 1,4 %
Total global	14 637,7	1810,0	16 447,7	14 265,4	1760,1	16 025,5	2,6 %

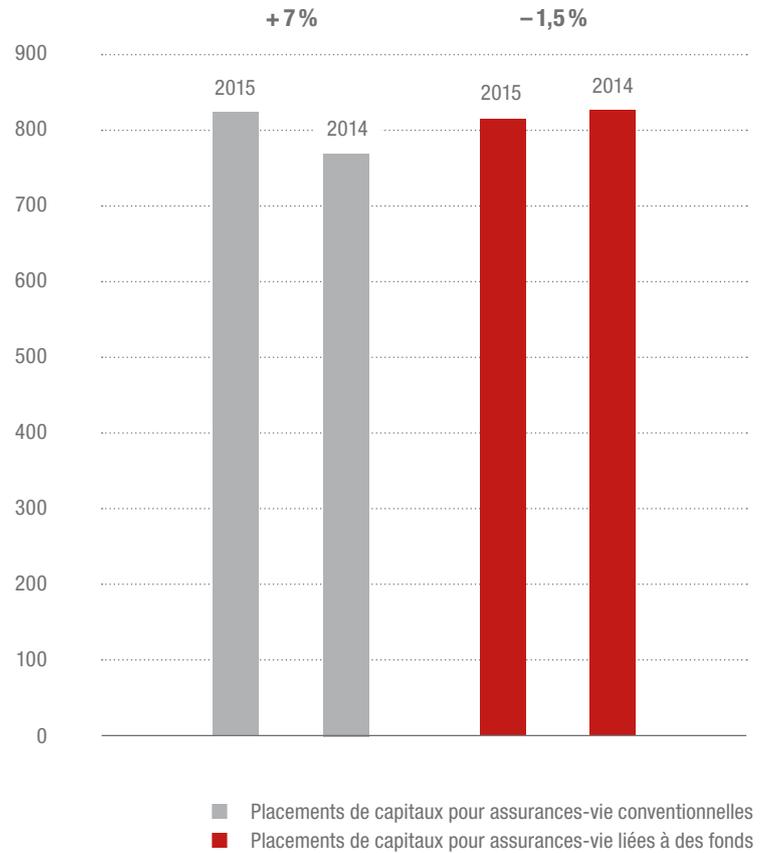
En 2015, nous avons renforcé notre portefeuille global de placements de capitaux à leur valeur de marché pour passer de CHF 16,0 milliards à CHF 16,5 milliards, soit une progression de 2,6 %. Cette augmentation résulte pour 50,2 % de placements de capitaux conventionnels et pour 49,8 % de placements effectués dans le cadre des assurances-vie liées à des fonds.

Durant l'exercice sous revue, le portefeuille de placements conventionnels a augmenté pour atteindre CHF 8,3 milliards (+ 7,0 %). Afin d'assurer un rendement convenable dans des conditions de marché difficiles, nous avons légèrement intensifié les placements plus risqués. Nous avons également renforcé le portefeuille d'hypothèques et d'obligations à plus long terme. Durant l'exercice sous revue, nous avons réalisé des investissements nets pour près de CHF 350 millions, dont CHF 90 millions d'hypothèques et CHF 115 millions d'obligations suisses. Nous avons globalement réduit la part de fonds en actions, avec la vente partielle de parts de fonds en francs et en euros, qui a été un réel succès. En raison de la force du franc, nous avons dû dévaluer légèrement nos titres étrangers.

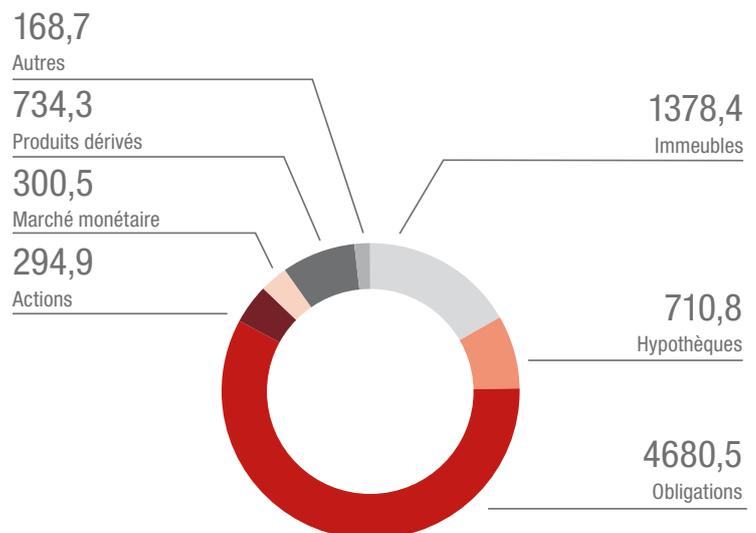
Nos placements pour les assurances-vie liées à des fonds ont reculé de 1,5 % au cours de l'exercice sous revue, pour atteindre CHF 8,2 milliards. Cette évolution est due à un léger recul des volumes – en particulier au Liechtenstein – ainsi qu'à une évolution du marché globalement négative par rapport à 2014, principalement au niveau des fonds obligataires étrangers mais aussi et surtout des valeurs européennes. Lors du dernier trimestre de l'exercice 2015, nous avons pu compenser quelque peu cette tendance avec une bonne performance sur le marché des actions.

En 2015, le retour sur investissement total pour l'ensemble des placements de capitaux a atteint 1,9 %, soit un résultat supérieur à la valeur de référence. Nous avons notamment profité de la bonne performance des obligations en francs ainsi que de celle des biens immobiliers et des hypothèques. Les taux en constante baisse ont encore malmené le marché des obligations durant l'année, en dépit d'un léger renversement de la tendance au quatrième trimestre. En 2015, le Swiss Bond Index n'a gagné que 1,8 % et le SMI a terminé l'année sur une baisse de -1,8 % par rapport à l'exercice précédent. Pour compenser la baisse des rendements sur les marchés des obligations suisse et européens, nous avons à nouveau augmenté la durée moyenne dans le portefeuille d'obligations au cours de l'année, investi davantage dans le marché des fonds obligataires en dollars américains et renforcé notre portefeuille d'hypothèques. Enfin, la performance une nouvelle fois très satisfaisante des biens immobiliers et des hypothèques nous a aidés à atteindre un très bon résultat opérationnel, malgré des conditions de marché difficiles et les répercussions négatives de la décision de la Banque nationale en début d'année.

Placements de capitaux
à leur valeur de marché, en mio. CHF



Placements de capitaux conventionnels 2015
à leur valeur de marché, en mio. CHF



Rapports financiers des principales sociétés^{2, 3}

GENERALI ASSURANCES DE PERSONNES SA

Bilan

en mio. CHF	31.12.2015	en mio. CHF	31.12.2015
Actif		Passif	
Placements de capitaux	4679,3	Provisions techniques d'assurance	3929,0
Biens immobiliers	735,7	Provisions techniques pour assurances-vie liées à des fonds	8089,7
Titres à revenu fixe	2593,6	Provisions non techniques	160,0
Prêts	122,1	Dettes nées d'instruments financiers dérivés	8,7
Hypothèques	657,3	Dettes de dépôts sur contrats de réassurance cédés	56,2
Placements collectifs de capitaux	520,6	Dettes nées d'opérations d'assurance	186,4
Autres placements de capitaux	50,0	Engagements envers des sociétés affiliées	13,9
Placements de capitaux pour assurances-vie liées à des fonds	8336,6	Autres passifs	792,3
Créances nées d'instruments financiers dérivés	5,2	Comptes de régularisation passif	52,8
Créances de dépôts sur réassurance	0,9	Dettes de rang subordonné	213,1
Liquidités	832,1	Total des fonds de tiers	13 502,1
Part de provisions techniques de réassurance	24,9	Capital social	106,9
Charges d'acquisition inscrits à l'actif	796,5	Réserves légales issues du capital	522,7
Créances nées d'opérations d'assurance	19,6	Réserves légales issues du bénéfice	51,5
Créances vis-à-vis de sociétés affiliées	8,5	Réserves volontaires issues du bénéfice	540,1
Autres créances	24,1	Bénéfice de l'exercice	66,1
Comptes de régularisation actif	61,7	Total des fonds propres	1287,3
Total de l'actif	14 789,4	Total du passif	14 789,4

² comptes annuels statutaires

³ Première application du nouveau droit comptable: Les comptes annuels de 2015 ont pour la première fois été publiés selon les dispositions de la loi fédérale sur l'établissement et le contrôle des comptes annuels (Titre 32 du Code des obligations). Dans le bilan et le compte de résultat, conformément à l'art. 2 al. 4 des dispositions transitoires du 23 décembre 2011, nous n'avons pas présenté les valeurs de l'année précédente.

Compte de résultat

en mio. CHF	2015
Primes brutes	1219,1
Part de réassurance des primes brutes	– 16,5
Primes pour compte propre	1202,6
Variation des reports de primes	– 0,4
Part de réassurance sur variation des reports de primes	– 0,5
Primes acquises pour compte propre	1201,7
Autres produits nés d'opérations d'assurance	0,4
Total des produits nés d'opérations d'assurance	1202,1
Montants bruts payés pour sinistres	– 622,8
Part de réassurance sur montants payés pour sinistres	7,0
Variation des provisions techniques d'assurance	– 191,2
Part de réassurance sur variation des provisions techniques d'assurance	0,6
Variation des provisions techniques pour assurances-vie liées à des fonds	– 105,7
Dépenses pour sinistres pour compte propre	– 912,1
Charges d'acquisition et d'administration	– 167,1
Part de réassurance sur charges d'acquisition et d'administration	1,0
Charges d'acquisition et d'administration pour compte propre	– 166,1
Autres dépenses techniques pour compte propre	– 1,1
Total des dépenses nées d'opérations d'assurance	– 1079,3
Produits des placements de capitaux	204,1
Dépenses pour placements de capitaux	– 173,3
Résultat des placements de capitaux	30,8
Résultat du capital et des intérêts pour assurances-vie liées à des fonds	– 151,0
Autres revenus financiers	74,8
Autres charges financières	– 6,3
Résultat d'exploitation	70,9
Charges d'intérêts pour les dettes portant intérêts	– 8,8
Autres revenus	23,7
Autres charges	– 0,9
Bénéfice avant impôts	84,9
Impôts directs	– 18,8
Bénéfice de l'exercice	66,1

GENERALI ASSURANCES GÉNÉRALES SA**Bilan**

en mio. CHF	31.12.2015	en mio. CHF	31.12.2015
Actif		Passif	
Placements de capitaux	1622,0	Provisions techniques d'assurance	1158,1
Biens immobiliers	267,1	Provisions non techniques d'assurance	134,9
Participations	250,0	Dettes nées d'instruments financiers dérivés	1,3
Titres à revenu fixe	629,6	Dettes de dépôts sur contrats de réassurance cédés	0,2
Prêts vis-à-vis de sociétés affiliées	40,0	Dettes nées d'opérations d'assurance	2,4
Hypothèques	134,5	Engagements vis-à-vis de sociétés affiliées	83,9
Placements collectifs de capitaux	300,8	Autres passifs	19,8
Créances nées d'instruments financiers dérivés	3,6	Comptes de régularisation passif	218,1
Créances de dépôts sur réassurance	0,2	Total des fonds de tiers	1618,7
Liquidités	198,4	Capital social	27,3
Part de provisions techniques pour réassurance	76,8	Réserves légales issues du capital	17,2
Immobilisations corporelles	0,5	Réserves légales issues du bénéfice	16,0
Créances nées d'opérations d'assurance	20,3	Réserves volontaires issues du bénéfice	206,3
Créances vis-à-vis de sociétés affiliées	11,3	Bénéfice de l'exercice	58,1
Autres créances	2,5	Total des fonds propres	324,9
Comptes de régularisation actif	8,0		
Total de l'actif	1943,6	Total du passif	1943,6

Compte de résultat

en mio. CHF	2015
Primes brutes	777,3
Part de réassurance des primes brutes	– 98,1
Primes pour compte propre	679,2
Variation des reports de primes	0,8
Part de réassurance sur variation des reports de primes	– 1,3
Primes acquises pour compte propre	678,7
Autres revenus nés d'opérations d'assurance	0,9
Total des produits nés d'opérations d'assurance	679,6
Montants bruts payés pour sinistres	– 554,7
Part de réassurance sur montants payés pour sinistres	71,1
Variation des provisions techniques d'assurance	– 10,8
Part de réassurance sur variation des provisions techniques d'assurance	20,6
Dépenses pour sinistres pour compte propre	– 473,8
Charges d'acquisition et d'administration	– 187,6
Part de réassurance sur charges d'acquisition et d'administration	16,7
Charges d'acquisition et d'administration pour compte propre	– 170,9
Autres dépenses techniques pour compte propre	– 4,3
Total des dépenses nées d'opérations d'assurance	– 649,0
Revenus des placements de capitaux	121,4
Dépenses pour placements de capitaux	– 100,2
Résultat des placements de capitaux	21,2
Autres charges financières	– 13,8
Résultat d'exploitation	38,0
Charges d'intérêts pour les dettes portant intérêts	– 1,7
Autres revenus	40,0
Autres charges	– 1,8
Bénéfice avant impôts	74,5
Impôts directs	– 16,4
Bénéfice de l'exercice	58,1

FORTUNA COMPAGNIE D'ASSURANCE DE PROTECTION JURIDIQUE SA

Bilan

en mio. CHF	31.12.2015	en mio. CHF	31.12.2015
Actif		Passif	
Placements de capitaux	63,4	Provisions techniques d'assurance	42,2
Liquidités	2,5	Provisions non techniques d'assurance	1,3
Créances nées d'opérations d'assurance	3,1	Dettes nées d'opérations d'assurance	3,3
Total de l'actif	69,0	Engagements vis-à-vis de sociétés affiliées	1,0
		Autres passifs	1,4
		Comptes de régularisation passifs	0,6
		Total des fonds de tiers	49,8
		Capital social	3,0
		Réserves légales issues du bénéfice	1,5
		Réserves volontaires issues du bénéfice	10,4
		Bénéfice de l'exercice	4,3
		Total des fonds propres	19,2
		Total du passif	69,0

Compte de résultat

en mio. CHF	2015
Primes brutes	33,6
Variation des reports de primes pour compte propre	– 0,5
Primes acquises pour compte propre	33,1
Total des produits nés d'opérations d'assurance	33,1
Montants bruts payés pour sinistres	– 18,4
Variation des provisions techniques	0,8
Dépenses pour sinistres pour compte propre	– 17,6
Charges d'acquisition et d'administration	– 10,7
Total des dépenses nées d'opérations d'assurance	– 28,3
Revenu des placements de capitaux	1,6
Dépenses pour placements de capitaux	– 0,9
Résultat des placements de capitaux	0,7
Résultat d'exploitation	5,5
Bénéfice avant impôts	5,5
Impôts directs	– 1,2
Bénéfice de l'exercice	4,3

GENERALI (SUISSE) HOLDING SA**Bilan**

en mio. CHF	31.12.2015	31.12.2014
Actif		
Liquidités et dépôts à terme	5,2	30,9
Créances	0,1	0,2
Créances vis-à-vis de sociétés affiliées	0,0	0,1
Comptes de régularisation	102,0	67,9
Total de l'actif circulant	107,3	99,1
Participations	1474,5	1474,5
Prêts de rang subordonné à des sociétés affiliées	213,2	235,8
Total des immobilisations	1687,7	1710,3
Total de l'actif	1795,0	1809,4
Passif		
Autres dettes à court terme	1,8	0,0
Engagements vis-à-vis de sociétés affiliées	0,3	0,4
Prêts de sociétés affiliées	40,0	50,0
Prêts de sociétés proches	285,6	487,9
Prêts de tiers	100,0	0,0
Provisions	67,0	76,5
Comptes de régularisation	5,3	12,0
Total des fonds de tiers	500,0	626,8
Capital-actions	4,3	4,3
Réserve légale générale	225,6	225,6
Réserves issues d'apports de capital	487,0	487,0
Réserve libre	136,5	136,5
Report de bénéfice	329,1	268,0
Bénéfice de l'exercice	112,5	61,1
Total des fonds propres	1295,0	1182,5
Total du passif	1795,0	1809,4

Compte de résultat

en mio. CHF	2015	2014
Produits		
Revenu des participations	102,2	67,8
Revenu des titres et intérêts	15,8	15,2
Prélèvement sur les provisions	9,6	0,0
Total des produits	127,6	83,0
Charges		
Charges d'intérêts	- 10,9	- 16,3
Charges administratives	- 1,7	- 2,0
Attribution à la provision	- 0,1	- 3,1
Taxes et charges	- 2,4	- 0,4
Total des charges	- 15,1	- 21,8
Bénéfice de l'exercice	112,5	61,1

Mentions légales

Editeur

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

Maquette et réalisation

Oberbeck AG, Zurich

Photographie

Page de titre: Campagne d'image de Generali
Page 8: Roland Tännler, Zurich
Autres pages: Campagne d'image de Generali

Production

Printlink AG, Zurich

Le présent rapport de gestion peut être consulté en ligne à l'adresse generali.ch/rapportdegestion2015.



Adresses de contact

Generali (Suisse) Holding SA

Soodmattenstrasse 10
8134 Adliswil 1
Téléphone +41 58 472 40 40
Fax +41 58 472 44 25
info.ch@generali.com
generali.ch

Generali Assurances de personnes SA

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

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 Perdtemps 23
1260 Nyon 1
Téléphone +41 58 471 01 01
Fax +41 58 471 01 02
nonlife.ch@generali.com

Fortuna Compagnie d'Assurance de Protection Juridique SA

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

Fortuna Investment SA

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

Fortuna Investment SA Vaduz

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