



04.04.2016
COMMUNIQUE DE PRESSE

Generali Belgium clôture 2015 sur une croissance remarquable à deux chiffres

Bruxelles, le 4 avril 2016 – Generali Belgium a clôturé l'année 2015 sur une remarquable croissance de 12,2%, et ce sur un marché en contraction. La compagnie a enregistré l'année dernière un encaissement total de primes de 671,4 millions d'euros, contre 598,3 millions d'euros en 2014 (+12,2%). Les revenus de primes en assurance Vie ont progressé de manière exceptionnelle de 20,2% (à 424,3 millions d'euros). En Non-vie, la progression est de 0,7% à 247,1 millions d'euros. Grâce au lancement d'une nouvelle gamme de produits de branche 23 en Vie Particuliers, Generali Belgium a réussi la prouesse de quintupler ses revenus de primes uniques et de faire croître de 49% les primes récurrentes. La compagnie a réalisé en 2015 un résultat net de 66,7 millions d'euros, exprimé en normes IFRS. Via Self Life Dynamico, Generali Belgium a en outre servi à ses clients un des meilleurs rendements du marché en 2015, avec 3,10%.

Contact Presse
Tess Desmecht, Account Executive
T +32 2 213 49 51

E-mail: tess.desmecht@grayling.com

Visitez la Grayling Belgium Press Room
<http://press.grayling.be>

Suivez Grayling PR Belgium sur Twitter
[@GraylingPR_be](https://twitter.com/GraylingPR_be)

UNE AUGMENTATION EXCEPTIONNELLE DES REVENUS DE PRIMES

En 2015, les revenus de primes ont augmenté de 12,2% à 671,4 millions d'euros, contre 598,3 millions d'euros en 2014. En Vie, la croissance de Generali Belgium a culminé à 20,2%, soit la différence entre les 352,9 millions d'euros en 2014 et les 424,3 millions d'euros de 2015. En Non-vie, la progression s'est fixée à 0,7%, de 245,4 millions d'euros en 2014 à 247,1 millions d'euros en 2015.

Exprimé selon les normes IFRS, le résultat net se monte à 66,7 millions d'euros, contre 69,9 millions d'euros en 2014. Le degré de couverture total de la marge de solvabilité par les plus-values non réalisées est de 337,6% (Solvency I).

	2015	2014
Résultat Net	€ 66.700.000	€ 69.900.000
Encaissement total	€ 671.400.000	€ 598.300.000
Encaissement vie	€ 424.300.000	€ 352.900.000
Encaissement non vie	€ 247.100.000	€ 245.400.000
Marge de solvabilité avec plus-value non réalisées	337,6%	412,5%

Table 1: Résultats annuels Generali Belgium 2014-2015.

PLUS DYNAMIQUE ET INNOVANTE QUE JAMAIS, AVEC UN QUINTUPLEMENT DES PRIMES UNIQUES DES PRODUITS DE LA BRANCHE 23

Les superbes résultats de Generali Belgium sont le fruit d'une nouvelle dynamique de la compagnie. Grâce à de multiples nouveaux produits, la compagnie d'assurances a présenté en 2015 un visage plus innovant que jamais. Sa performance est particulièrement remarquable dans la branche Vie Particuliers, avec une croissance totale de 32,6%. Cette progression est essentiellement à mettre à l'actif de la commercialisation d'une nouvelle gamme de produits de la branche 23, qui a induit un quintuplement des primes uniques et une augmentation de 49% des primes récurrentes.

En Non-vie aussi, Generali Belgium bénéficie déjà des effets positifs de sa nouvelle approche: avec le lancement d'une nouvelle assurance Auto et de plusieurs polices Habitation et Familiale inédites, le nombre de nouveaux contrats Retail a progressé de 23% en Auto et de 14,4% en Habitation. Dans le segment Corporate, Generali Belgium a progressé de 10%.



«À l'image du Groupe, Generali Belgium a signé de remarquables résultats en 2015, au point que l'on peut résolument parler d'une année exceptionnelle. Le renouvellement stratégique de notre gamme a porté ses fruits, comme en attestent les résultats de la branche Vie. Nos résultats en Non-vie constituent une solide base pour la réalisation de notre développement futur. Cela n'a été possible que grâce à un engagement sans précédent de nos employés et nos partenaires. En 2016, notre priorité sera placée sur le service, une ambition soutenue par une intensification de notre programme NPS lancé en 2015. Il nous permettra de monitorer nos actions au travers d'un dialogue permanent avec nos clients et courtiers. Je suis convaincu qu'une telle volonté d'amélioration continue nous permettra de poursuivre nos ambitions sur le marché belge,» se réjouit Martin Sturzlbaum, CEO de Generali Belgium.

SELF LIFE DYNAMICO, UN DES RENDEMENTS LES PLUS ATTRACTIF SUR LE MARCHÉ

Dès le début de cette année, Generali Belgium a annoncé un des rendements les plus séduisants sur le marché belge. La compagnie fait ainsi honneur à une longue tradition de rendements attractifs en offrant à nouveau un excellent résultat à ses clients. En 2015, Self Life Dynamico a tenu toutes ses promesses avec un rendement net de 3,10%. Les rendements nets et bruts globaux des cinq dernières années témoignent en outre d'une remarquable continuité, qui permet à Generali Belgium de se profiler plus que jamais comme un partenaire solide et fiable.

QUELQUES MOTS SUR GENERALI BELGIUM

Filiale du Groupe Generali, Generali Belgium est actif sur le territoire belge depuis 1901. Basée à Bruxelles, l'entreprise répond aux besoins de quelque 530 000 clients et vend un large éventail d'assurances vie et dommages par l'intermédiaire d'un réseau de plus de 1.000 courtiers indépendants répartis sur toute la Belgique. En 2015, le montant total des primes de Generali Belgium s'élevait à 671 millions d'euros. Son portefeuille d'actifs se monte à 5,5 milliards d'euros.

En Belgique, le Groupe Generali est également présent au travers de trois principales filiales, dont Generali Real Estate (G.R.E.) qui gère près de 147.000 m² de surfaces de bureaux et d'immeubles résidentiels, Europ Assistance, l'un des leaders mondiaux de l'assistance et côté entreprises, Generali Employee Benefits (G.E.B.) qui assure la coordination internationale et le suivi des programmes et plans d'assurance de groupe de plus de 1.500 grandes multinationales.

QUELQUES MOTS SUR LE GROUPE GENERALI

Le Groupe Generali figure parmi les plus grandes compagnies d'assurance au monde affichant un encaissement total de 74 milliards d'euros en 2015. Comptant 78 000 employés dans le monde entier et plus de 72 millions de clients dans plus de 60 pays, le groupe est un des leaders en Europe occidentale et occupe une place toujours plus importante en Europe centrale et orientale, ainsi qu'en Asie.