



SwissLife

Prêts pour l'avenir.



Conférence de presse

Swiss Life renforce sa position sur le marché suisse

Zurich, le 1er février 2005

Plan

- | | |
|---|-------------------|
| 1. Mise en œuvre réussie de la stratégie | Rolf Dörig |
| 2. Renforcement sur le marché suisse | Paul Müller |
| 3. Résumé et perspectives | Rolf Dörig |
| 4. Questions | |

Objectifs stratégiques atteints en 2004

Recentrage sur les activités principales – croissance rentable



Recentrage

Recentrage sur les activités principales et sur des marchés sélectionnés

Croissance

Croissance et augmentation des parts de marché en Suisse et à l'étranger

Profitabilité

Réalisation d'économies sur les coûts et réduction des frais opérationnels

Qualité du service

Amélioration de la qualité des prestations et du service

Concentration sur la prévoyance et l'assurance vie



Désinvestissement des secteurs n'appartenant pas aux activités principales

2003

Avril

**Profitline: vente du
secteur des fonds de
placement, intégration
secteur vie**

Mai

**Vente de STG Société
Fiduciaire Suisse**

Août

**Vente de la filiale
en Espagne**

2004

Février

**Vente du secteur
Private Equity pour des
tiers**

Juin

**Détachement de
Banca del Gottardo de la
compagnie d'assurances**

Décembre

**Vente de la compagnie
d'assurances en Grande-
Bretagne**

Plan

1. Mise en œuvre réussie de la stratégie Rolf Dörig

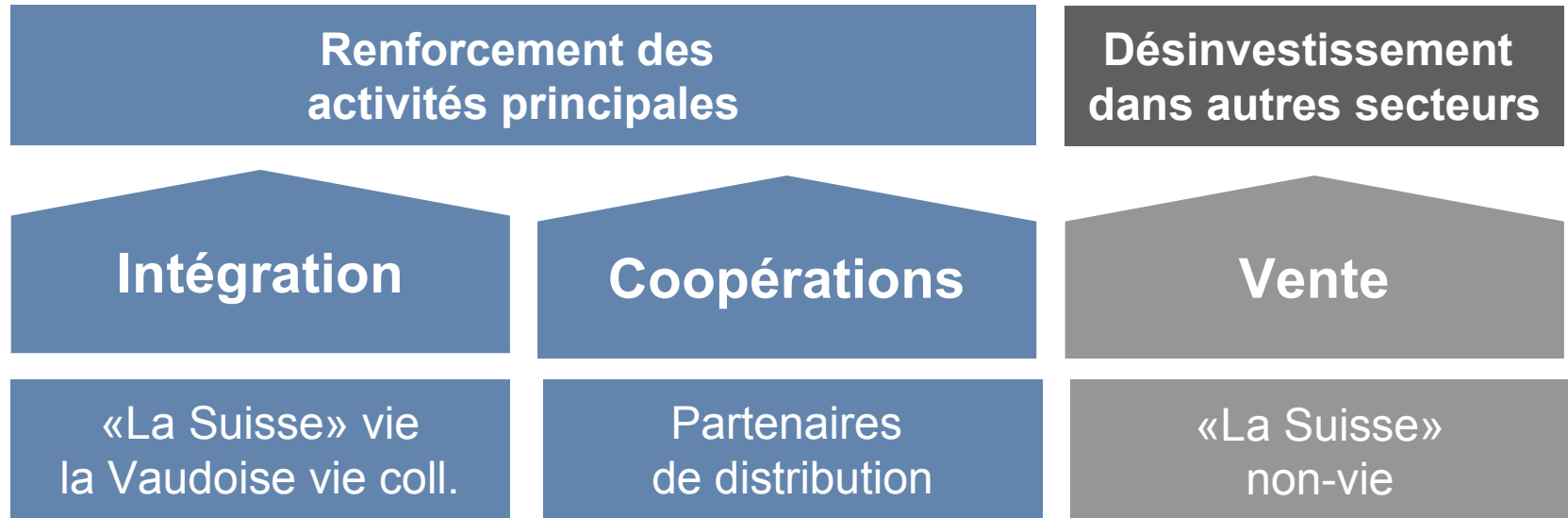
2. Renforcement sur le marché suisse Paul Müller

3. Résumé et perspectives Rolf Dörig

4. Questions

Renforcement des activités principales

Vente du secteur non-vie – accords de coopération avec les partenaires



- **Concentration sur la marque Swiss Life en Suisse**
- **Positionnement en tant que prestataire de premier plan dans les secteurs vie et prévoyance**
- **Renforcement de la distribution et du service externe**
- **Augmentation de l'efficiency en supprimant les redondances**

Regroupement des organisations de distribution

Nouveau réseau Swiss Life avec 780 conseillers dans 59 agences générales



Région Suisse centrale/Tessin

15 agences générales

- Centres de services régionaux
- Agences générales

Région Berne

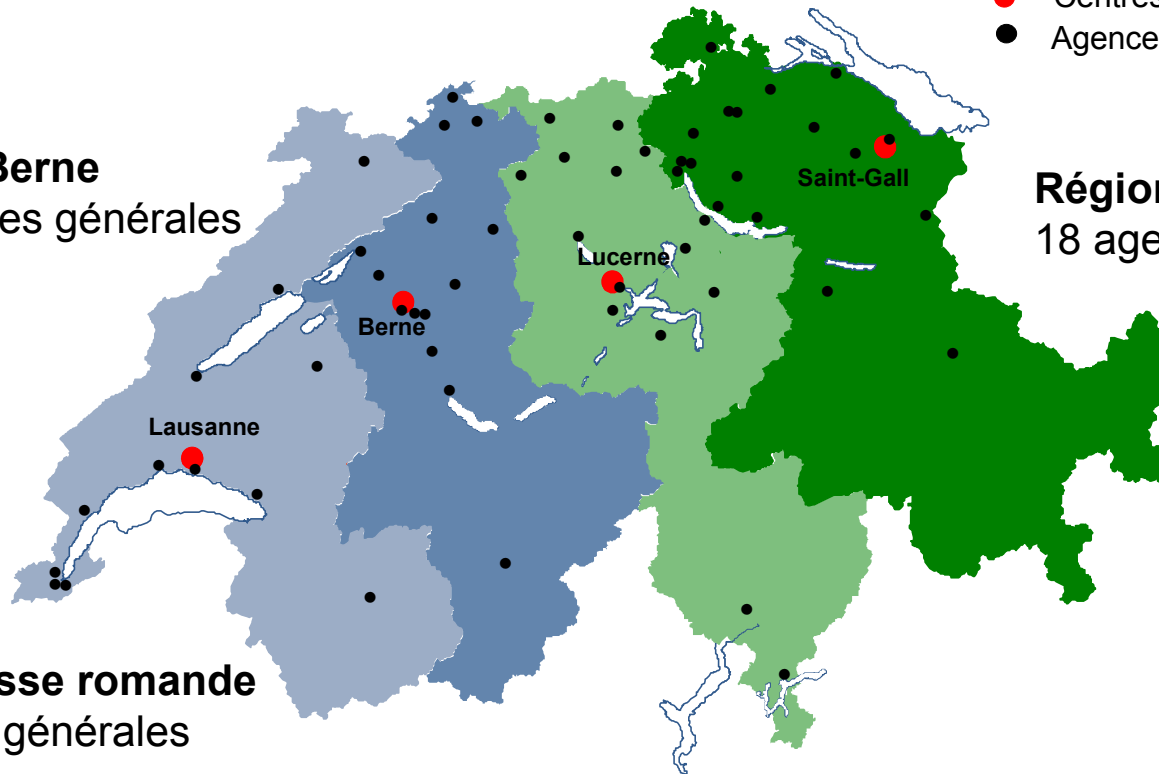
14 agences générales

Région Suisse orientale

18 agences générales

Région Suisse romande

12 agences générales



- Augmentation de la capacité de vente grâce à un service externe intégré
- Exploitation ciblée du potentiel dans des régions intéressantes

Transferts de portefeuilles

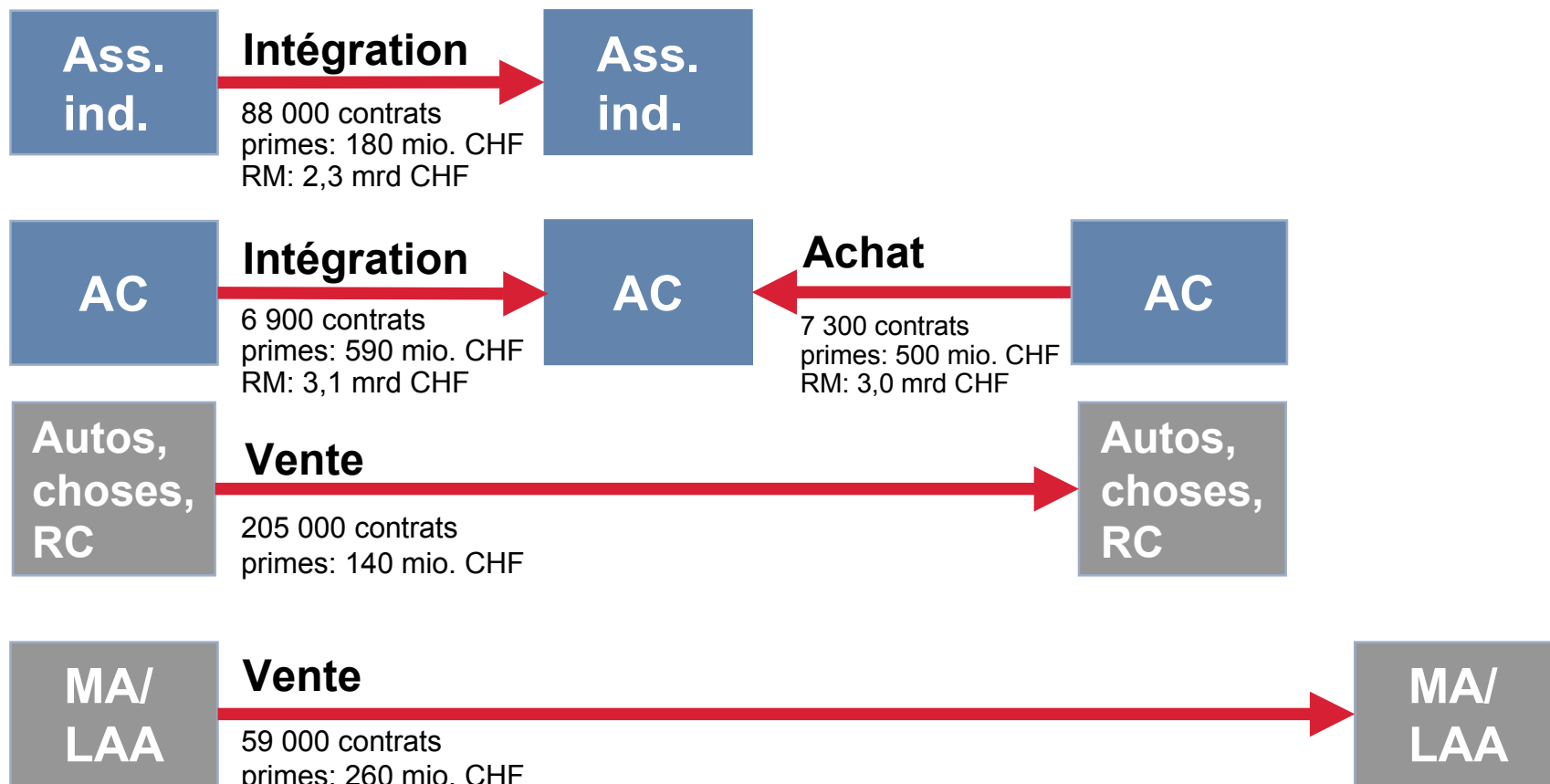
Aperçu de toutes les transactions (chiffres: base 2003)



«La Suisse»



HELSANA



Toutes les transactions, sous réserve de l'approbation des autorités de surveillance.

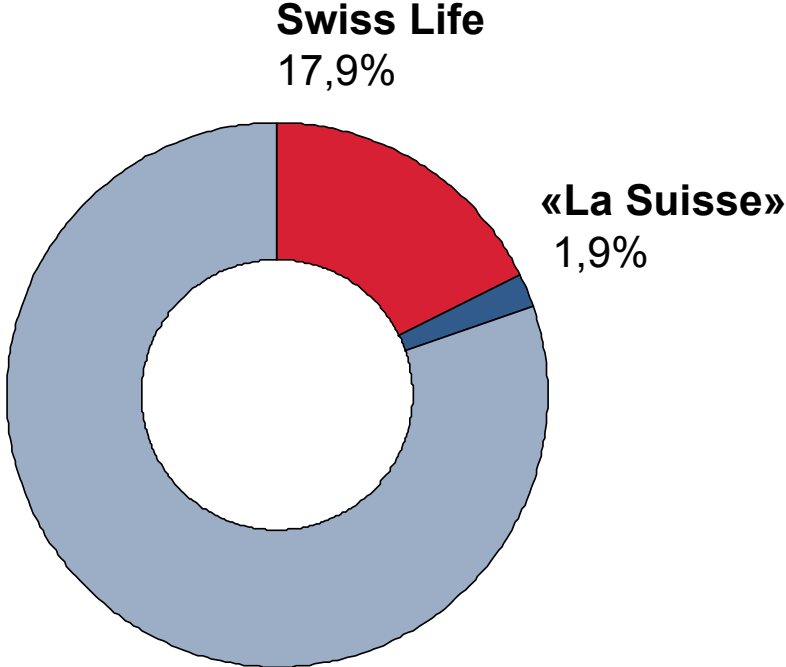
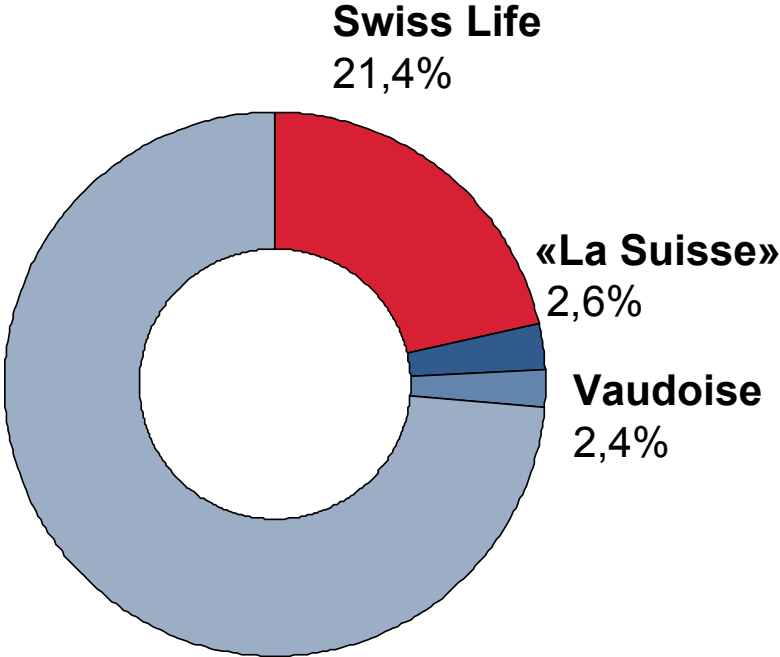
Amélioration de notre position sur le marché

Parts du marché de l'assurance vie en 2003



Assurance collective: 26,4%

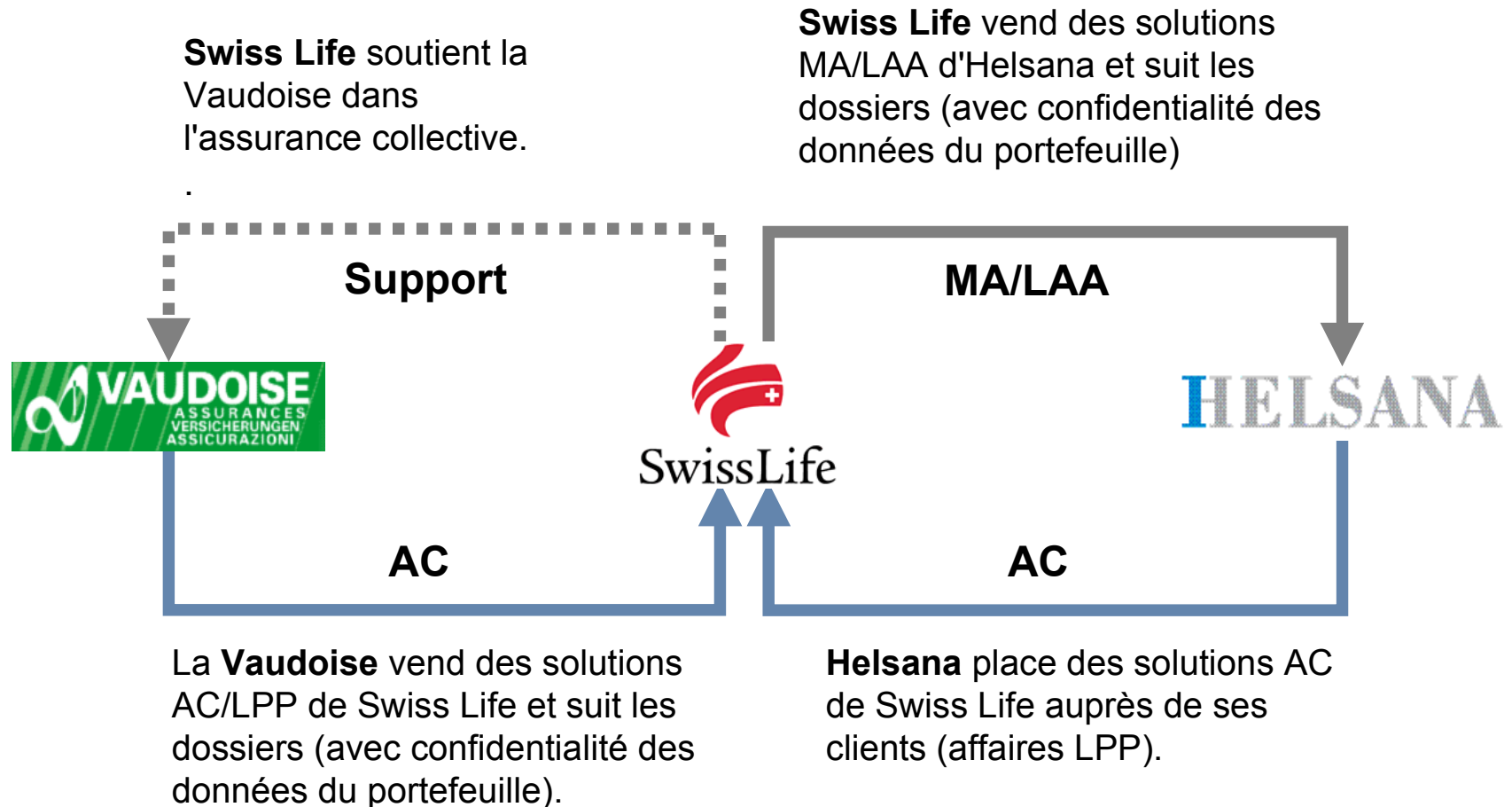
Assurance individuelle: 19,8%



Source: Office fédéral des assurances privées

Accords de coopération pour la distribution

Nouveaux canaux de vente pour une croissance future



Continuité pour les clients

Les obligations de «La Suisse» sont remplies



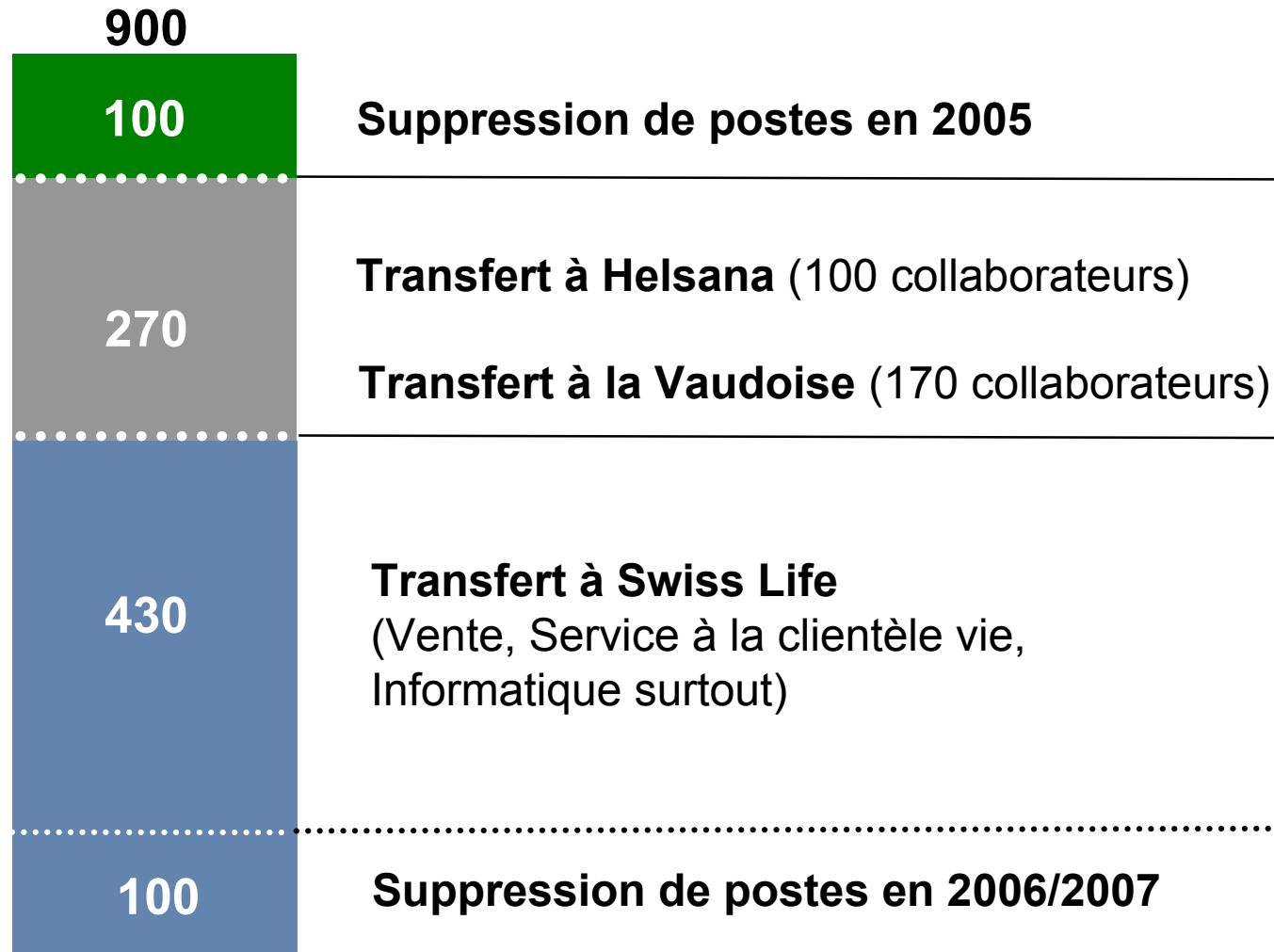
Pendant la durée convenue pour les contrats actuels, les prestations et les conditions ne changent pas.

Swiss Life, la Vaudoise et Helsana reprennent les droits et obligations découlant des contrats conclus par «La Suisse».

Les clients conservent en principe leurs interlocuteurs.

Les emplois sont pour la plupart conservés

2005: suppression de 100 emplois - 2006/2007: suppression de 100 autres



Les intéressés sont conseillés et soutenus

Les collaborateurs connaissent leur avenir dans un délai de 3 mois



Suivi personnel

Un conseiller personnel soutient les personnes concernées dans leur réorientation professionnelle.

Temps pour la recherche d'emploi

Les intéressés peuvent, pendant 4 mois, se consacrer uniquement à la recherche d'un emploi.

Infrastructures et outils

Les intéressés peuvent utiliser les infrastructures et outils de bureau pour rechercher un emploi.

Facilités de départ

En cas de départ anticipé, les obligations existantes sont réglées avec générosité.

Retraites anticipées

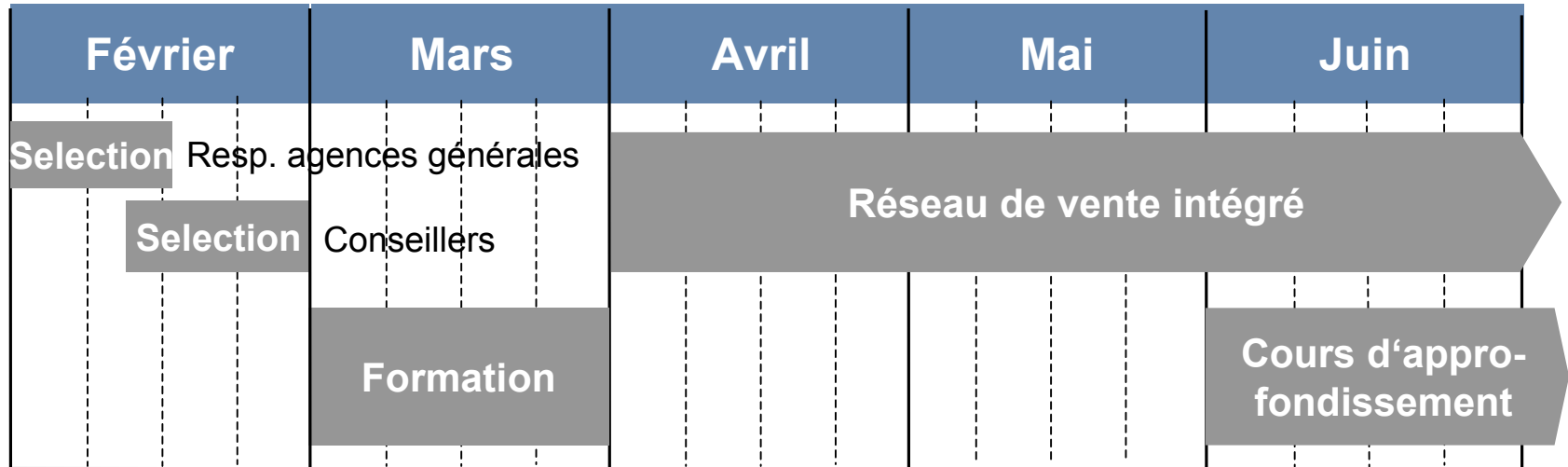
Exception; Swiss Life participe aux coûts en cas de retraite anticipée ou flexible.

Indemnité de départ

Exception; Swiss Life verse une indemnité si la personne se met à son compte par exemple.

Mise en œuvre rapide dans la vente

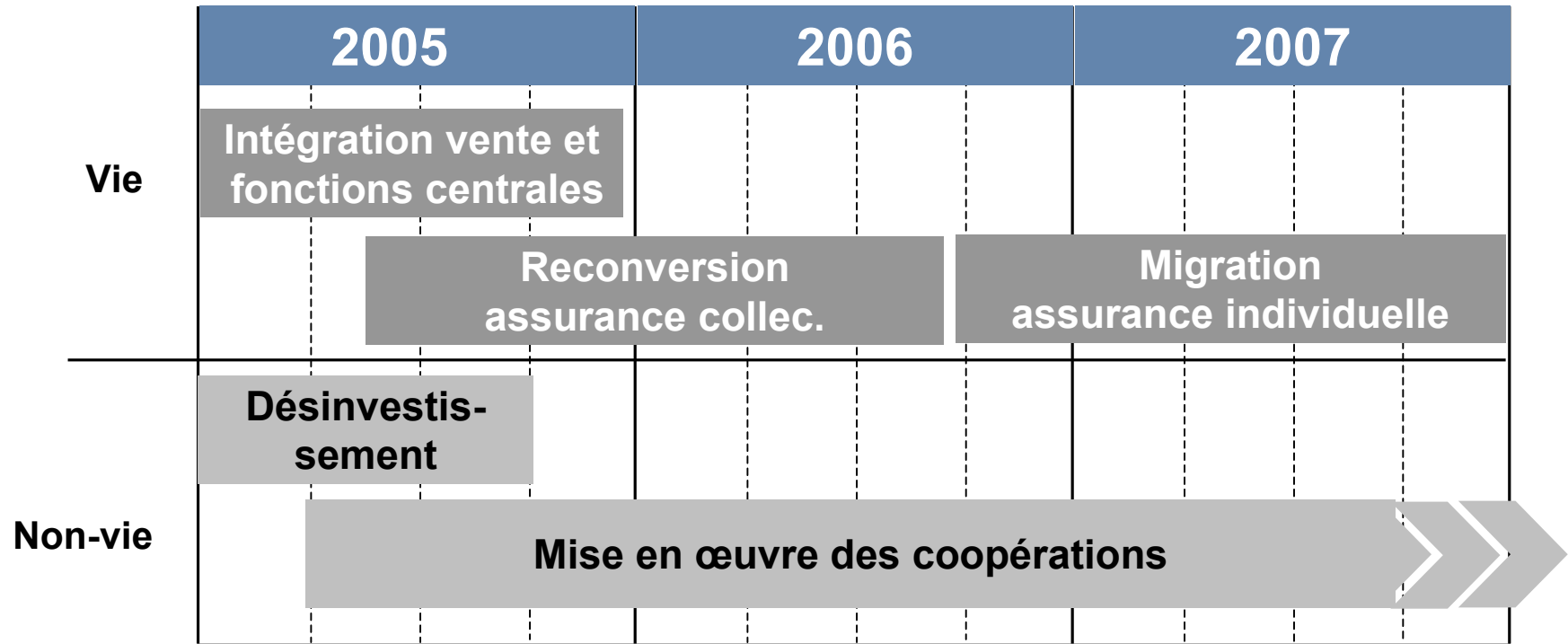
Opérationnelle à partir d'avril 2005



- Swiss Life et «La Suisse» regroupent les réseaux de vente sous le nom de Swiss Life d'ici le début de 2005
- Programmes de formation pour les conseillers en prévoyance de «La Suisse»
- Soutien des conseillers de la Vaudoise pour la vente de produits Swiss Life

Intégration progressive

Etapes de la mise en œuvre



- Reconversion du portefeuille vie collective de «La Suisse» en deux étapes
- Coopération à partir du 1er trimestre 2005, après formation

Plan

- | | |
|--|-------------------|
| 1. Mise en œuvre réussie de la stratégie | Rolf Dörig |
| 2. Renforcement sur le marché suisse | Paul Müller |
| 3. Résumé et perspectives | Rolf Dörig |
| 4. Questions | |

Renforcement sur le marché suisse (I/II)

Etape importante de la mise en œuvre de la stratégie

- Consolidation du secteur vie, désinvestissement du secteur non-vie
- Concentration sur la marque Swiss Life

Renforcement important de la distribution

- Un seul service externe au lieu de deux organisations concurrentes
- Optimisation du réseau d'agences, suppression des redondances

Ouverture ciblée de nouveaux canaux de vente

- Accords de coopération réciproques en matière de distribution avec Helsana
- La Vaudoise vend exclusivement des solutions LPP de Swiss Life

Renforcement sur le marché suisse (II/II)



Continuité pour les clients

- Les contrats/polices des clients restent en vigueur sans changement
- Les clients conservent en principe leurs interlocuteurs actuels

Sauvegarde des emplois dans une large mesure

- Suppression de 100 postes de travail en 2005; suppression de 100 autres postes en 2006/2007
- Suivi individuel des collaborateurs touchés par une suppression de poste

Avantages économiques

- Réduction durable des coûts de 70 millions de CHF à partir de 2007
- Plus de volume de primes, mais évolution des coûts proportionnellement inférieure

Swiss Life tient le cap



Mettre la stratégie systématiquement en œuvre

Atteindre une croissance rentable et durable

Poursuivre la consolidation de la capacité bénéficiaire

Plan

- | | |
|--|-------------|
| 1. Mise en œuvre réussie de la stratégie | Rolf Dörig |
| 2. Renforcement sur le marché suisse | Paul Müller |
| 3. Résumé et perspectives | Rolf Dörig |

4. Questions



SwissLife

Prêts pour l'avenir.

Contacts



Media Relations Hotline

Tél. +41 (43) 284 77 77

E-mail: media.relations@swisslife.ch

Iris Welten

Tél. +41 (43) 284 67 67

Responsable Investor Relations

E-mail: iris.welten@swisslife.ch

Fabrizio Croce

Tél. +41 (43) 284 49 19

Manager Investor Relations

E-mail: fabrizio.croce@swisslife.ch

Visitez notre site web:

www.swisslife.com

Cautionary statement regarding forward-looking information



This presentation is made by Swiss Life and may not be copied, altered, offered, sold or otherwise distributed to any other person by any recipient without the consent of Swiss Life. Although all reasonable effort has been made to ensure the facts stated herein are accurate and that the opinions contained herein are fair and reasonable, this document is selective in nature and is intended to provide an introduction to, and overview of, the business of Swiss Life. Where any information and statistics are quoted from any external source, such information or statistics should not be interpreted as having been adopted or endorsed by Swiss Life as being accurate. Neither Swiss Life nor any of its directors, officers, employees and advisors nor any other person shall have any liability whatsoever for losses howsoever arising, directly or indirectly, from any use of this information. The facts and information contained herein are as up to date as is reasonably possible and may be subject to revision in the future. Neither Swiss Life nor any of its directors, officers, employees or advisors nor any other person makes any representation or warranty, express or implied, as to the accuracy or completeness of the information contained in this presentation. Neither Swiss Life nor any of its directors, officers, employees and advisors nor any other person shall have any liability whatsoever for loss howsoever arising, directly or indirectly, from any use of this presentation. This presentation may contain projections or other forward-looking statements related to Swiss Life that involve risks and uncertainties. Readers are cautioned that these statements are only projections and may differ materially from actual future results or events. All forward-looking statements are based on information available to Swiss Life on the date of its posting and Swiss Life assumes no obligation to update such statements unless otherwise required by applicable law. This presentation does not constitute an offer or invitation to subscribe for, or purchase, any shares of Swiss Life.