



SwissLife

Lettre aux actionnaires | 1^{er} semestre 2009

Madame, Monsieur, chers actionnaires

Au premier semestre 2009, Swiss Life a atteint un bénéfice de 172 millions de francs pour les activités poursuivies (+13%), ce qui a permis d'accroître le bénéfice des activités poursuivies par action de 22% par rapport au premier semestre 2008 pour le faire passer à 5.62 francs. Après correction des effets exceptionnels et des écarts de conversion, Swiss Life a enregistré 10,4 milliards de francs de primes, ce qui correspond à une hausse de 7%. Le groupe a amélioré son résultat de 11% sur le plan opérationnel, et réduit les coûts opérationnels de 3%. Etant donné le difficile contexte de marché, nous tirons un bilan satisfaisant du premier semestre, avec un bénéfice net de 139 millions de francs.

La stratégie entamée a fait ses preuves, même en ces temps de crise financière et de contexte de marché difficile.

Nous avons lancé des initiatives en vue d'augmenter l'orientation vers la clientèle, la rentabilité et l'efficacité.

CONFIRMATION DE LA STRATEGIE – ORIENTATION VERS UNE CROISSANCE PROFITABLE | La stratégie entamée en 2008 a fait ses preuves, même en ces temps de crise financière et de contexte de marché difficile. Nous restons concentrés sur la prévoyance financière, l'exploitation des perspectives de croissance et l'objectif d'excellence de la gestion fonctionnelle et opérationnelle. Dans la situation actuelle, deux points particuliers limitent toutefois notre capacité d'action: d'une part notre dépendance vis-à-vis du résultat financier, qui découle de notre forte présence dans le secteur des produits traditionnels, et d'autre part nos coûts. La condition indispensable pour rester compétitif sur le marché très disputé de la prévoyance et pour développer notre compétitivité est de renforcer l'orientation sur les besoins de la clientèle et la rentabilité des produits, et de réduire encore les coûts.

Swiss Life a donc lancé des initiatives en vue d'augmenter son orientation vers la clientèle, la rentabilité et l'efficacité sur tous les marchés. D'ici 2012, les gains d'efficacité mèneront à des réductions de coûts globales de quelque 350 à 400 millions de francs par rapport à 2008, dont 90 millions ont déjà été annoncés en novembre 2008 dans le cadre de la rationalisation du siège principal. Une grande partie de ces économies seront réalisées dans la division Suisse (188 millions de francs) et au sein d'AWD (95 millions de francs). Dans ce contexte, environ 520 postes seront supprimés d'ici 2012 en Suisse. 480 le seront à la division Suisse, où 220 postes seront supprimés par le biais de mises en disponibilité et environ 200 via des fluctuations naturelles, 60 postes vacants n'ayant sciemment pas été repourvus ces derniers mois. Ce sont surtout les secteurs qui n'opèrent pas dans le conseil et le suivi des clients qui seront touchés. Swiss Life s'appuie sur le plan de mesures négocié avec les partenaires sociaux et valable depuis 2004 pour accompagner le processus.

GROS PROGRES DANS LA DIVISION SUISSE | Nous avons lancé une série d'initiatives en Suisse afin d'asseoir notre propre position et de mettre en œuvre notre stratégie de croissance axée sur la clientèle. Nous renforçons ainsi notre Service externe dans le but d'atteindre une croissance de primes substantielle. Nous optimisons en outre l'organisation de notre distribution pour janvier 2010. Outre une concentration des agences générales (42 contre 58 auparavant), la nouvelle organisation prévoit une intensification de la prospection du marché et du suivi de la clientèle. Désormais, 50 responsables des ventes apporteront un soutien aux conseillers en prévoyance dans leurs activités de conseil et de vente, et amélioreront encore la qualité élevée du service de conseil auprès de nos clients. En outre, nous investissons dans une infrastructure de Service externe performante ainsi que dans la formation. Dans le cadre de la stratégie collective, l'offre sera élargie pour proposer, outre le modèle de

l'assurance complète, les services d'un prestataire proposant une gamme de prestations exhaustive, l'objectif étant de renforcer encore notre position dans le domaine des solutions autonomes pour caisses de pensions. La collaboration avec AWD sera également intensifiée, afin d'enregistrer environ 10 à 15% des affaires nouvelles dans l'assurance individuelle par le biais de ce canal d'ici 2012.

PROGRAMME D'AUGMENTATION DE L'EFFICIENCE ET RESTRUCTURATIONS CHEZ AWD | Malgré des conditions cadres difficiles à court terme, AWD reste pour nous un secteur opérationnel intéressant sur le plan stratégique. A cet égard, nous avons fait des progrès nets et mesurables dans la mise en œuvre de notre stratégie, y compris au premier semestre 2009. Nous avons atteint notre objectif, à savoir obtenir le titre de partenaire «best-select» avec nos produits, dans la mesure où nombre d'entre eux détiennent déjà ce statut en Allemagne et en Suisse. Des progrès concrets obtenus au premier semestre ont par ailleurs témoigné de l'augmentation de notre impact avec AWD. En Allemagne, nous avons ainsi pu augmenter le volume de primes généré via AWD de plus d'un tiers. Grâce à la proximité de cette société avec les clients, nous obtenons des informations sur le marché et approfondissons notre connaissance des besoins des clients, ce qui nous aide dans la conception des produits. Le lancement réussi de notre produit Champion Duo, conçu en collaboration avec AWD Suisse, illustre parfaitement cette situation.

En raison du contexte de marché difficile, AWD accélère son programme d'augmentation de l'efficacité par toute une série de mesures. Les fonctions de holding seront redimensionnées sur cette base. A l'avenir, le holding de gestion se concentrera sur les tâches de coordination et de contrôle du groupe AWD, mais aussi sur une baisse des dépenses de marketing et des frais administratifs. En outre, les fonctions de *Back-Office* des organisations de distribution en Allemagne seront progressivement centralisées, et par là-même optimisées. En Autriche, AWD redéfinira sa position en adaptant sa structure de distribution et ses coûts à la réduction du potentiel du marché, suite à la crise financière. Le résultat équilibré obtenu en Grande-Bretagne au premier semestre confirme qu'AWD a la volonté de réussir un redressement durable sur le marché anglais en 2009. L'amorce du développement du positionnement de la marque constitue un investissement important dans l'avenir du groupe AWD. Toutes les mesures du programme contribuent à rétablir la rentabilité d'AWD et à l'orienter vers la croissance.

Mesdames, Messieurs, ces derniers mois, nous avons préparé notre entreprise à évoluer dans un contexte économique toujours exigeant et à faire face à une concurrence plus rude. Les mesures d'amélioration de la compétitivité nous permettent de créer les conditions nécessaires pour que Swiss Life puisse croître de manière profitable et puisse saisir ses chances sur le marché international de la prévoyance.



ROLF DÖRIG

Président du conseil d'administration



BRUNO PFISTER

Président du directoire du groupe

En Allemagne, nous avons pu augmenter le volume de primes généré via AWD de plus d'un tiers.

Nous avons préparé notre entreprise à évoluer dans un contexte économique toujours exigeant et à faire face à une concurrence plus rude.

Au premier semestre 2009, le groupe Swiss Life a atteint un bénéfice de 172 millions de francs pour les activités poursuivies (+13%), le bénéfice net s'élevant à 139 millions de francs. Il a été grevé de 33 millions de francs en raison de la cession de Banca del Gottardo. Le bénéfice net de 1,6 milliard de francs constaté sur la même période de l'année précédente englobait les bénéfices extraordinaires de 1,5 milliard de francs issus de la vente des activités d'assurance néerlandaises et belges ainsi que de Banca del Gottardo.

RESULTAT POSITIF DANS UN CONTEXTE DE MARCHÉ DIFFICILE | Le bénéfice d'exploitation s'est établi à 251 millions de francs (+11%), les activités d'assurance y contribuant à hauteur de 280 millions de francs (+28%).

En Suisse, un bénéfice a de nouveau été obtenu après la perte sur l'ensemble de l'exercice 2008. A 193 millions de francs, il est de 61% supérieur à celui de la même période de l'année précédente, grâce au bien meilleur résultat financier, à des réductions de coûts et malgré l'attribution de parts d'excédent nettement plus élevées. En Allemagne, le résultat sectoriel a également augmenté, atteignant 31 millions de francs (+63%). En revanche, le secteur France a enregistré un résultat de 70 millions de francs, en baisse de 30%. Le résultat du secteur Activités d'assurance Autres (-14 millions de francs, +33%) s'est amélioré par rapport à l'année précédente. Il reflète les investissements ciblés dans les marchés de croissance des activités transfrontières.

Le résultat du secteur Investment Management a reculé pour se chiffrer à 35 millions de francs (-27%), principalement en raison de la baisse des commissions, suite à la diminution des actifs sous gestion ainsi qu'en raison des coûts des projets.

Le Groupe AWD a quant à lui essuyé une perte sectorielle de 28 millions de francs. Il a subi une perte opérationnelle de 10 millions d'euros (année précédente: bénéfice opérationnel de 27 millions d'euros) en raison d'une baisse du chiffre d'affaires sur tous les marchés, ainsi que de frais de restructuration au niveau du holding et en Autriche. Sa collaboration avec Swiss Life a continué d'évoluer très favorablement. En Allemagne, le volume des primes généré via AWD a en effet augmenté de plus d'un tiers.

CROISSANCE DES PRIMES REJOUISSANTE POUR LES PRODUITS NON TRADITIONNELS | Le groupe Swiss Life a engrangé des recettes de primes brutes, accessoires de primes et dépôts sur contrats d'assurance et contrats d'investissement de 10,4 milliards de francs, ce qui correspond à une progression de 7% après correction des effets exceptionnels et des écarts de conversion. Ce résultat a été obtenu principalement grâce à la croissance positive des produits de prévoyance novateurs.

En Suisse, les primes engrangées par Swiss Life se sont montées à 5,3 milliards de francs, et baissent donc de 10% par rapport à l'année précédente. Corrigé des effets exceptionnels, ce recul n'a été que de 2%, ce qui est conforme à l'évolution du marché. Cette diminution est principalement liée aux affaires collectives, alors que le niveau de la même période de l'année précédente a pu être maintenu dans l'assurance individuelle. En France, Swiss Life a généré des recettes de primes de 2,5 milliards de francs au cours des six premiers mois, ce qui correspond à une baisse de 1% en monnaie locale après correction des effets exceptionnels.

Cela est principalement dû au fait que, pour des raisons de rentabilité, Swiss Life n'a pas participé à la course aux promesses d'intérêt à court terme. Dans l'assurance maladie, Swiss Life a pu augmenter ses recettes de primes de 5%. En Allemagne, le volume des primes s'est accru de 7%, atteignant environ 971 millions de francs (+14% en monnaie locale). Des résultats supérieurs à la moyenne du marché ont également été obtenus dans ce pays, tant pour les produits à primes uniques que pour les produits à primes périodiques, en particulier dans le domaine de l'assurance contre l'invalidité professionnelle. Grâce à l'obtention du titre de partenaire «best-select» d'AWD dans plusieurs groupes de produits, la production liée aux affaires nouvelles a fortement augmenté. Dans le secteur Activités d'assurance Autres, les recettes de primes engrangées au premier semestre se sont accrues de 70% à 1,6 milliard de francs. Y ont notamment contribué les affaires globales pour la clientèle privée fortunée (Private Placement Life Insurance), dans lesquelles les primes ont augmenté de 80% pour se monter à 1,4 milliard de francs.

Selon la méthode MCEV, la valeur des primes émises s'est élevée à 76 millions de francs, avec une marge de 1,2%.

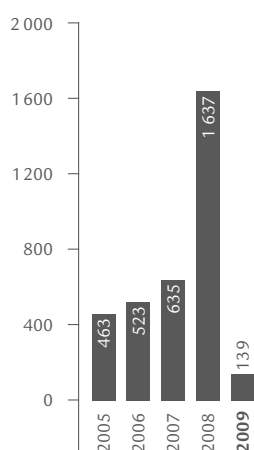
FORTE AUGMENTATION DU RENDEMENT DES PLACEMENTS | La réduction des risques de bilan et les adaptations de la structure de placement au nouveau contexte de marché, opérées au second semestre 2008, ont fait leurs preuves, y compris au premier semestre 2009. Au cours de la période de référence, Swiss Life a atteint un rendement direct des placements de 1,9% dans les activités d'assurance (2,1% l'année précédente). Les frais de couverture et corrections de valeur ont entraîné des moins-values nettes moins importantes puisqu'elles s'établissent à 49 millions de francs (1,2 milliard de francs l'année précédente). Sur le portefeuille d'assurance, le rendement net des placements s'est ainsi accru pour passer de 1,0% l'année précédente à 1,8%, malgré un très haut niveau de liquidités.

RECU DES COUTS OPERATIONNELS GRACE A UNE GESTION DES COUTS STRICTE | Les prestations d'assurance et modifications des provisions techniques ont diminué de 12% pour s'établir à 7,4 milliards de francs. Grâce au résultat financier bien supérieur à celui de la même période l'année précédente, la participation aux excédents des preneurs d'assurance a augmenté pour passer de 77 à 651 millions de francs. Sur le plan opérationnel, les coûts corrigés ont baissé de 3% à 688 millions de francs, résultat auquel la Suisse a apporté une contribution en améliorant ses coûts de 8%.

BASE DE CAPITAL ET CAPITAUX PROPRES STABLES | Au premier semestre, les provisions techniques ont augmenté de 4% (+3% en monnaie locale) pour passer à 118 milliards de francs. Les actifs contrôlés par le groupe Swiss Life atteignaient au 30 juin 2009 la somme de 139 milliards de francs (+4%). De la même manière, les capitaux propres attribuables aux actionnaires ont progressé de 2% par rapport à la fin de l'année et se chiffrent à 6,8 milliards de francs. Au 30 juin 2009, la solvabilité du groupe restait comparable à celle de l'année précédente (fin 2008 : 158%) puisqu'elle était de 155% selon les normes IFRS. Depuis la fin 2008, la solvabilité statutaire est quant à elle passée de 176 à 190%. Swiss Life dispose donc toujours d'une solide base de capital.

Bénéfice net au 1^{er} semestre

En millions de CHF



Comparaison de périodes – groupe Swiss Life			
En millions de CHF (sauf mention contraire)	1 ^{er} sem. 2009	1 ^{er} sem. 2008	+/-
Volume de primes			
Primes émises, accessoires de primes et dépôts perçus, bruts	10 387	10 888	-4,6%
Chiffres provenant du compte de résultat consolidé			
Primes acquises, nettes	7 508	8 557	-12,3%
Accessoires de primes acquis, nets	111	126	-11,9%
Résultat financier	2 122	1 215	74,7%
Total des produits	10 174	10 418	-2,3%
Prestations d'assurance et sinistres, nets	-7 446	-8 459	-12,0%
Participation des preneurs d'assurance aux excédents	-651	-77	n. p.
Charges d'exploitation	-1 646	-1 456	13,0%
Total des charges	-9 923	-10 191	-2,6%
Bénéfice d'exploitation	251	227	10,6%
Bénéfice net des activités poursuivies	172	152	13,2%
Résultat semestriel provenant d'activités abandonnées	-33	1 485	n. p.
Bénéfice net	139	1 637	-91,5%
<i>Attribution du bénéfice net</i>			
Actionnaires de Swiss Life Holding	142	1 638	-91,3%
Participations ne donnant pas le contrôle	-3	-1	n. p.
Chiffres clés supplémentaires			
Rendement des capitaux propres annualisé (en %)	4,3	50,2	-91,4%
Chiffres clés concernant les actions			
Résultat de base par action (en CHF)	4,58	49,71	-90,8%
Résultat dilué par action (en CHF)	4,56	49,06	-90,7%
En millions de CHF (sauf mention contraire)			
Chiffres provenant du bilan consolidé	30.06.2009	31.12.2008	+/-
Capitaux propres	6 793	6 652	2,1%
Provisions techniques	118 027	113 308	4,2%
Total du bilan	138 375	134 791	2,7%
Chiffres clés supplémentaires			
Actifs sous contrôle	139 356	134 326	3,7%
Valeur des affaires nouvelles (MCEV)	76	n. a.	n. a.
Nombre d'employés (équivalents plein temps)	8 075	8 184	-1,3%

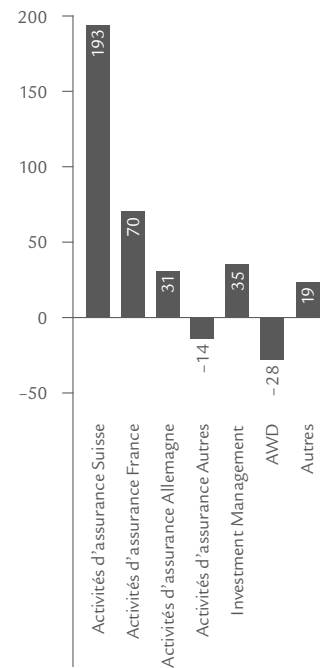
n. p.: non pertinent

Chiffres clés des secteurs			
En millions de CHF	1 ^{er} sem. 2009	1 ^{er} sem. 2008	+/-
Activités d'assurance Suisse			
Primes émises, accessoires de primes et dépôts perçus, bruts	5 334	5 907	-9,7%
Résultat sectoriel	193	120	60,8%
Activités d'assurance France			
Primes émises, accessoires de primes et dépôts perçus, bruts	2 524	3 168	-20,3%
Résultat sectoriel	70	100	-30,0%
Activités d'assurance Allemagne			
Primes émises, accessoires de primes et dépôts perçus, bruts	971	908	6,9%
Résultat sectoriel	31	19	63,2%
Activités d'assurance Autres			
Primes émises, accessoires de primes et dépôts perçus, bruts	1 573	928	69,5%
Résultat sectoriel	-14	-21	33,3%
Investment Management			
Produits des commissions	118	131	-9,9%
Résultat sectoriel	35	48	-27,1%
AWD (consolidé depuis le 19.03.2008)			
Produits des commissions	383	253	51,4%
Résultat sectoriel	-28	5	n. p.
Autres			
Produits des commissions	4	5	-20,0%
Résultat sectoriel	19	16	18,8%

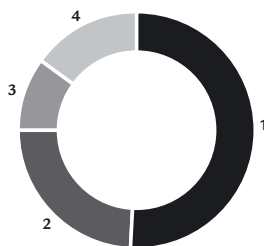
n. p.: non pertinent

Résultat sectoriel au 1^{er} semestre 2009

En millions de CHF

Primes émises, accessoires de primes et dépôts perçus dans les activités d'assurance au 1^{er} semestre 2009, bruts

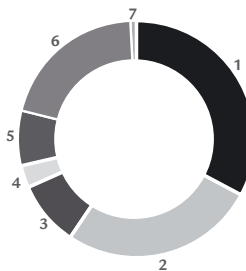
Total 100%



- 1 Suisse 51%
- 2 France 24%
- 3 Allemagne 10%
- 4 Autres 15%

Nombre d'employés par secteur (équivalents plein temps) au 30.06.2009

Total 8 075 équivalents plein temps



- 1 Activités d'assurance Suisse 2 669
- 2 Activités d'assurance France 2 161
- 3 Activités d'assurance Allemagne 736
- 4 Activités d'assurance Autres 242
- 5 Investment Management 603
- 6 AWD (service interne) 1 661
- 7 Autres 3

Adresses

Swiss Life
General-Guisan-Quai 40
Case postale 2831
CH-8022 Zurich
Tél. +41 43 284 33 11
www.swisslife.com

Shareholder Services
Tél. +41 43 284 61 10
Fax +41 43 284 61 66
E-mail shareholder.services@swisslife.ch

Investor Relations
Tél. +41 43 284 52 76
Fax +41 43 284 44 41
E-mail investor.relations@swisslife.ch

Media Relations
Tél. +41 43 284 77 77
Fax +41 43 284 48 84
E-mail media.relations@swisslife.ch

Déclaration de mise en garde concernant les déclarations prospectives

Ce document peut contenir des projections ou des informations prospectives en relation avec Swiss Life, qui impliquent des risques connus ou non, des incertitudes et d'autres facteurs importants. Le lecteur doit être conscient que ces informations portant sur l'avenir ne sont que des projections, qui peuvent différer sensiblement des résultats effectifs, de la situation financière, de l'évolution future, de la performance et des attentes; il convient donc de ne pas les surestimer. Ni Swiss Life, ni ses administrateurs, ni les membres de sa direction, ses cadres, ses collaborateurs ou ses conseillers externes, ni aucune autre personne lui étant liée ou associée d'une autre manière ne font aucune affirmation ni ne donnent aucune garantie, expresse ou implicite, quant à l'exactitude et au caractère exhaustif des informations contenues dans ce document. Ni Swiss Life, ni aucun de ses administrateurs, ni les membres de sa direction, ses cadres, ses collaborateurs ou ses conseillers externes, ni aucune autre personne lui étant liée ou associée d'une autre manière ne répondent des dommages ou des pertes, de quelque nature que ce soit, résultant directement ou indirectement de l'utilisation de ce document. Toutes les informations prospectives reposent sur les données accessibles à Swiss Life au moment de l'établissement du présent document. Swiss Life ne s'engage à aucune mise à jour ou révision de ces informations prospectives ni à aucune adaptation de ces dernières en raison d'éléments nouveaux, d'événements ou de développements futurs ou de tout autre motif, sauf disposition légale contraire applicable.

La lettre aux actionnaires est également disponible en allemand, en italien et en anglais. C'est le texte allemand qui fait foi.

© Swiss Life Holding SA, 2009

Dates importantes

Information intermédiaire

11 novembre 2009

Investors' Day

15 décembre 2009

Assemblée générale

6 mai 2010

Hallenstadion Zurich

Publications financières

Toutes les publications financières du groupe Swiss Life sont disponibles sur Internet: www.swisslife.com/report