

Finances

Résultats

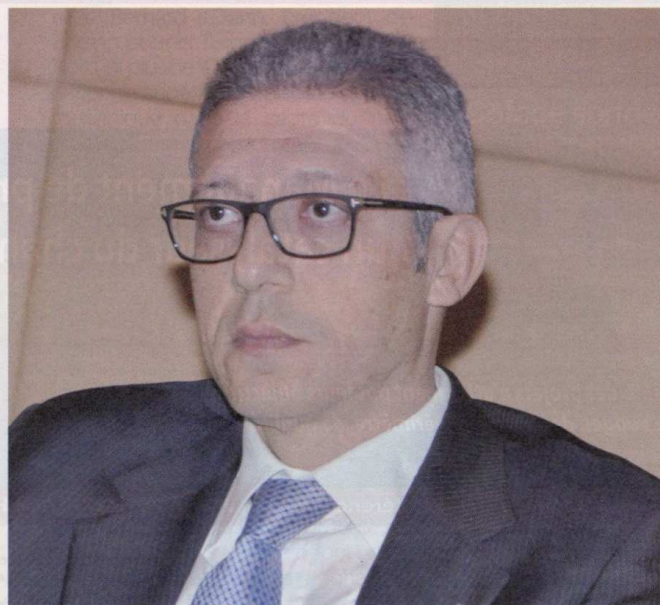
Stratégie payante pour Atlanta

● Ce sont des chiffres record qu'enregistre la compagnie d'assurance de la famille Bensalah. Elle a réussi à faire progresser ses revenus à un rythme de près du double de celui du marché. Le groupe s'est doté d'un plan stratégique couvrant une période allant jusqu'en 2017.

Après une longue absence médiatique, Atlanta revient à la charge pour présenter de bonnes performances. Elle fait d'ailleurs mieux que le marché. Alors que ce dernier croît de près de 6,6% en 2014, la compagnie de la famille Bensalah affiche des revenus en progression de 11,2%, soit près du double de ce qu'a fait le marché. En effet, le chiffre d'affaires en comptes sociaux s'est établi à 1,599MMDH, recouvrant une croissance de 12,9% du segment vie à 188,911MMDH et de 11% du segment non vie à 1,41MMDH. L'amélioration du segment vie découle essentiellement de la dynamique commerciale des produits distribués à travers le réseau CIH. Quant au non vie, c'est la qualité de service et des offres couplée aux actions de proximité avec le réseau de distribution qui ont joué un rôle important. Dans le détail, l'ensemble des catégories affiche une croissance à l'exception du maritime dont le chiffre d'affaires se replie de 0,3%. Ainsi, la RC avance de 35,8%, l'automobile de 13,3%, la maladie et l'invalidité de 11,9%, l'incendie et les accidents de travail de 3,6%. Par poids, l'automobile puis la maladie et l'invalidité sont les deux segments qui pèsent le plus avec respectivement 34,2% et 32% du chiffre d'affaires de la branche non vie.

La santé et l'auto ex aequo

Une répartition qui fait ressortir qu'«il est possible de faire de la croissance non seulement avec l'automobile mais aussi avec la santé», précise Fatima Zahra Bensalah, administrateur directeur général d'Atlanta. D'autant plus que «la compagnie est leader du marché santé», souligne Jalal Bencheikroun, directeur général de l'assureur. Par ailleurs, si la branche non vie représente



● ● ●
Selon I Mohamed Hassan Bensalah, le plan stratégique Massar Attafaouk vise à atteindre une croissance consolidée du chiffre d'affaires à périmètre constant pour le groupe Holmarcom de 50% sur 3 ans.

88% des revenus de la compagnie d'assurance, la branche vie se comporte bien. Selon Bencheikroun, «en 2013 au moment où l'assurance-vie reculait de 2,7% pour toute la place, Atlanta affichait une progression de 14% grâce aux synergies issues de sa collaboration avec CIH bank sur la bancassurance et ceci depuis 2008-2009». En 2014, la branche vie, elle, affiche une

«Le succès du segment vie découle de la dynamique des produits distribués via le réseau CIH».

forte augmentation, de 12,9%, liée à un contexte de liquidité favorable et à une offre attractive. Dans le détail, elle est composée essentiellement de la décès avec une part de 76,1%, maintenant un rythme de croissance soutenu de 6,8%. La capitalisa-

tion représente le reste de la branche vie, à savoir 23,9%. Par ailleurs, parallèlement à l'augmentation des primes émises, la charge de sinistre a aussi connu une croissance mais plus faible, de 8% à 1,033MMDH. La forte progression des primes a permis de compenser cette hausse se traduisant par une légère amélioration du rapport S/P de 0,5 points passant de 67,5% à 67%. Le ratio combiné, qui mesure le rapport entre les frais de gestion et le coût des sinistres d'un côté et des primes encaissées de l'autre, est en amélioration de 1,4 point, se fixant à 93,8%, suite notamment à la maîtrise des charges techniques et de gestion. D'ailleurs, le ratio d'exploitation s'améliore de 0,9 point à 26,8%. Le résultat financier progresse de son côté de 78,2% à 174,297MMDH, grâce notamment à la performance observée sur le marché obligataire et le marché boursier. «Les

recettes financières résultent essentiellement des obligations. Pour le portefeuille actions, nous n'avons pas effectué d'opérations d'aller-retour pour constater les plus values latentes. Celles-ci représentent aujourd'hui 950MMDH», explique le directeur général. Au final le résultat net avance de 81,6% se fixant à 101,1MMDH. La marge de solvabilité s'améliore en conséquence de 53,1 points à 313,4%. En consolidé, la croissance est au même niveau. Le chiffre d'affaires consolidé progresse de 8,7% à 3,153MMDH, la branche vie est en hausse de 16,9% à 404,831MMDH et la branche non vie de 7,6% à 2,748MMDH. Les placements affectés ont été renforcés de 8,9% à 9,202MMDH et le résultat net de 57,6% à 174,119MMDH.

Des vues sur l'Afrique

Sur le volet des perspectives, «le groupe Holmarcom s'est doté d'un plan stratégique baptisé Massar Attafaouk, dont l'un des piliers concerne le tandem d'assurance Atlanta-Sanad», a souligné le président-directeur général Mohamed Hassan Bensalah. Le plan, qui a démarré courant 2014, vise à atteindre une croissance consolidée à périmètre constant pour le groupe Holmarcom de 50% sur 3 ans. Le président a précisé par ailleurs que le groupe Holmarcom a des vues sur le marché africain, un bureau de représentation a déjà vu le jour à Abidjan. Quant à l'acquisition des cliniques, étant interdites pour les compagnies d'assurance par la loi en vigueur, c'est plutôt le groupe Holmarcom qui y procède. Enfin, la compagnie d'assurance devrait porter le nombre de ses points de vente à 270, avec l'ouverture de 36 points de vente d'ici septembre prochain.

PAR SARA BAR-RHOUT
s.barrhout@leseco.ma