



Paris, le 16 juin 2011

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

La Mutuelle Générale poursuit avec succès sa stratégie de développement

En 2010, La Mutuelle Générale conforte sa solidité financière, avec un résultat net de 24,5 millions d'euros et continue de s'imposer dans le secteur de l'assurance de personnes, avec une notoriété qui a doublé en deux ans. Ces résultats servent l'ambition stratégique qu'elle s'est fixée : devenir d'ici 2012 une mutuelle interprofessionnelle de premier plan.

Une solidité financière accrue

Dans un univers économique très concurrentiel, La Mutuelle Générale affiche en 2010 un résultat net bénéficiaire de 24,5 millions d'euros. Ce résultat, tout à fait satisfaisant pour une entreprise de l'économie sociale, assure l'indépendance de La Mutuelle Générale et garantit sa croissance.

Le ratio de couverture de marge progresse de 6,5 % pour atteindre 318% à fin 2010.

Les fonds propres s'élèvent à 576 millions € contre 539 millions € en 2009. Les provisions techniques représentent un total brut de 1 351 millions € et 1 061 millions € nets, témoignant du souci permanent de faire face à tout moment à l'ensemble des engagements souscrits. Avec un modèle de gestion actif-passif plus fin que l'an passé, La Mutuelle Générale peut garantir le respect de ses engagements, même à travers les stress tests les plus difficiles.

La marge technique, quant à elle, a progressé en 2010 de 2,2 %.

Parallèlement, La Mutuelle Générale poursuit sa politique de maîtrise des risques en anticipant de manière rigoureuse les contraintes européennes de Solvabilité II.

Un développement qui s'accélère

Au 31 décembre 2010, La Mutuelle Générale comptait 996 632 adhérents, pour un total de 1 384 150 personnes protégées

Sur le marché des particuliers, 37 673 adhésions supplémentaires à monchoix.santé ont été enregistrées en 2010, soit 3% de plus qu'en 2009. Ces bons résultats sont conformes aux objectifs fixés et ont été favorisés par les effets des campagnes publicitaires qui continuent d'imposer la marque La Mutuelle Générale sur le marché des particuliers.

Sur le marché des entreprises, La Mutuelle Générale poursuit également sa conquête de nouveaux clients avec 13 000 nouveaux adhérents collectifs au 1^{er} janvier 2010. Au 1^{er} janvier 2011, 10 000 nouveaux adhérents collectifs sont venus rejoindre les effectifs.

En 2010, l'activité Assurance collective d'entreprises représente 25% du chiffre d'affaire global de l'entreprise, en progression constante. La Mutuelle Générale affirme ainsi sa légitimité auprès des entreprises et des courtiers.

2010 : une année décisive au regard de l'ambition stratégique

En deux ans, La Mutuelle Générale a doublé son taux de notoriété assistée pour atteindre en 2010 le 13^{ème} rang des marques d'assurance santé les plus connues.

En 2010, La Mutuelle Générale a également concrétisé son partenariat avec La Banque Postale grâce à la création d'une co-entreprise – La Banque Postale Assurance Santé – qui diffusera dès la fin 2011 une gamme de produits d'assurance santé à destination du grand public. Enfin, en réorganisant son réseau d'agences et en professionnalisant les filières de gestion et de développement, La Mutuelle Générale s'est donnée les moyens d'accroître toujours plus sa qualité de service et sa compétitivité.

Les résultats enregistrés en 2010 et le parcours réalisé par l'entreprise en seulement deux ans sur un marché de l'assurance santé de plus en plus concurrentiel témoignent du dynamisme et de la compétitivité de La Mutuelle Générale.

Conformément à son ambition stratégique, elle continue de s'imposer comme un acteur mutualiste de référence dans son secteur et confirme sa volonté de constituer un pôle d'excellence santé d'un groupe d'assurance de personnes.

* Source : Etude CRM-matrix 2010

Contact Presse :

LA MUTUELLE GENERALE

Sophie Bancet

Tél : 01 40 78 08 10

sbancet@lamutuellegenerale.fr