



Sommaire

- 2 Mot du Président
- 5 Stratégie

7 Faits et chiffres

- 8 Activité et résultats
- 10 Faits marquants
- 12 Implantation géographique
- 14 Chiffres clés
- 16 Le titre AGF

18 Gouvernement d'entreprise

- 19 Conseil d'Administration
- 21 Liens avec Allianz
- 22 Organisation
- 23 Nouvelle organisation 2006

27 Les hommes et les femmes du Groupe

30 AGF France

- 31 Nos clients
- 33 Nos réseaux
- 41 Nos métiers

52 AGF hors de France

56 Assurance-Crédit

58 Assistance Assurance voyage

- 60 Glossaire

AGF :
un assureur généraliste

Une activité
de près de **18**
milliards d'euros

Près de **40**%
du chiffre d'affaires
réalisés à l'international

Plus de **100**
milliards d'euros
d'actifs gérés

Plus de **30 000**
collaborateurs

Le groupe AGF
est un acteur majeur
de l'assurance
et des services financiers
en France, et
dans une vingtaine
d'autres pays.
Il est adossé à Allianz,
premier assureur
européen.

L'activité d'AGF s'étend à de nombreux domaines : assurance de Biens et Responsabilités, assurance de personnes, mais aussi gestion d'actifs et services bancaires. Le groupe AGF est également leader mondial en assurance-Crédit avec Euler Hermes, et en assistance/assurance voyage avec Mondial Assistance.

Les produits et services proposés sont destinés à tout type de clientèle et de patrimoine.

Au sein du groupe Allianz, AGF est en charge du développement des activités en France, au Benelux, en Espagne, en Amérique du Sud, en Afrique et au Moyen-Orient.

Le groupe AGF compte plus de 30 000 collaborateurs. Son chiffre d'affaires est supérieur à 17,6 Md€ au titre de l'année 2005. L'assurance de personnes représente 45 % de l'activité, l'assurance de Biens et de Responsabilités 38 %, l'assistance et l'assurance-Crédit 15 %, et les activités bancaires et financières 2 %.

AGF réalise plus de 90 % de son chiffre d'affaires en Europe, dont 62 % du total en France.

Mat du Président

Madame, Monsieur, Cher actionnaire,

Dans l'histoire des entreprises, il existe des fortunes diverses. L'histoire d'AGF, pour sa part, est assez singulière. Présente depuis plus de deux siècles dans le paysage économique français, cette vieille maison a changé en profondeur dans la période récente de 1996 à 2005. Privatisé en 1996, AGF a acquis les dimensions que nous lui connaissons aujourd'hui au travers de la fusion d'AGF, d'Allianz France et d'Athéna, à la suite de l'OPA amicale d'Allianz. En devenant Président de votre Groupe en 2001, je qualifiais les premiers mois de période de transition : AGF connaissait alors la fin d'une fusion complexe réalisée en même temps que le passage à l'euro et l'adoption d'outils de gestion à l'an 2000. Puis vint le 11 septembre et la crise des marchés actions... il a fallu tenir bon, pendant de longs mois, le cap de la restructuration engagée. Quatre années plus tard, AGF a considérablement progressé, à la fois plus simple, plus rentable, plus solide et tourné vers le développement.

Cette transformation d'AGF en profondeur est avant tout le fruit du travail des collaborateurs du Groupe. Je tiens à saluer l'engagement de chacun d'entre eux. Grâce à leur mobilisation, AGF a su améliorer la maîtrise de ses résultats techniques, réduire ses frais administratifs, rendre ses processus plus efficaces et relancer sa dynamique commerciale en assurance Vie. Ces résultats ont également été obtenus grâce au soutien de nos réseaux, Agents Généraux, Conseillers financiers, Courtiers partenaires. Je leur témoigne toute ma reconnaissance pour cette entreprise difficile qu'ils ont su mener à bien.

Votre fidélité et votre confiance ont été, dans le même temps, récompensées par le parcours boursier du titre. AGF finit l'année 2005 sur la première marche du podium du CAC 40. Et la performance depuis 3 ans est tout aussi éloquente : par rapport au plus bas du début de l'année 2003, le cours de l'action a été multiplié par 4. AGF a su ainsi se démarquer en faisant face à cette grave crise des marchés actions des années 2001-2003. La réduction considérable du profil de risque, l'amélioration de la rentabilité opérationnelle et la forte augmentation du dividende ont constitué les facteurs clés de la performance du titre. Ainsi, cette année encore, AGF affiche des résultats en forte progression à 1,6 Md€, et augmentera son dividende de plus de 38 % à 3,60 € par action.

Ces très bons résultats ont été obtenus grâce aux performances très homogènes de l'ensemble des entités du Groupe, tout en conservant une gestion prudente de la richesse latente et en renforçant les réserves. En assurance de Biens et de Responsabilités, le ratio combiné a atteint le niveau historiquement bas de 96,3 % pour l'ensemble du Groupe. En Vie et Services Financiers, la collecte totale d'épargne est en hausse de près de 40 % et la valeur des affaires nouvelles augmente fortement. A l'International, en assurance-Crédit et en assistance, la croissance et des résultats techniques en amélioration sont au rendez-vous. Enfin, le résultat financier a été soutenu par des conditions de marché favorables, et par la cession en début d'année de notre participation dans Gecina.



Mais les plus belles performances sont celles qui durent. Et si des progrès considérables ont été réalisés, AGF doit faire face à une concurrence toujours forte tant de la part des banques que des mutuelles. En outre, le monde nous a encore prouvé en 2005 qu'il restait dangereux : les catastrophes naturelles ont enregistré un record d'amplitude et les risques géopolitiques et terroristes sont toujours présents. Enfin, les perspectives de croissance économique restent modestes en Europe. Autant de risques latents pour nos activités d'assurance. Nous devons donc poursuivre dans les années à venir nos efforts de transformation du Groupe et viser l'excellence opérationnelle.

Ainsi, comme j'ai eu l'occasion de vous l'annoncer en septembre dernier, AGF a initié une évolution importante dans son organisation. Le groupe Allianz a souhaité internationaliser son management et adopter le statut de Société Européenne. Dans ce cadre, et sur proposition d'Allianz, le Conseil d'Administration d'AGF a accepté que je rejoigne le Directoire du groupe Allianz à compter du 1^{er} janvier 2006. Cette évolution ne pouvait se faire que dans le respect le plus strict des règles de gouvernance d'entreprise. Il fallait naturellement respecter deux conditions : mes responsabilités au sein du groupe Allianz devaient évidemment couvrir le périmètre actuel d'AGF, et le fonctionnement opérationnel d'AGF devait être organisé de manière appropriée.

AGF a par conséquent décidé de rassembler l'ensemble des activités d'AGF en France, à l'exception des activités d'Euler Hermes et de Mondial Assistance, au sein d'une entité dénommée "AGF France". Cette étape majeure dans l'organisation de votre Groupe permettra de simplifier ses structures et de rendre plus efficace son fonctionnement. En outre, j'ai souhaité

promouvoir une équipe de jeunes managers de la maison afin de garantir la continuité des performances et d'accélérer notre développement. Cette nouvelle organisation, qui a été mise en place au 1^{er} janvier 2006, s'est faite dans un strict respect des règles de gouvernance d'entreprise. A cette fin, les responsabilités du Comité des Conventions ont été élargies.

Ce nouveau dynamisme insufflé au Groupe lui permettra de relever ses véritables défis : poursuivre l'industrialisation de nos processus, proposer une offre marketing complète, performante et innovante, et continuer la relance commerciale de nos réseaux pour défendre et reconquérir nos parts de marché. Nous avons à cet effet engagé en fin d'année des plans de développement à trois ans que nous mènerons avec opiniâtreté. J'ai une grande confiance dans le talent et la valeur des hommes et des femmes qui pilotent ce Groupe. Ils ont toutes les compétences et les moyens de soutenir une croissance rentable et durable des métiers et des réseaux d'AGF. Ainsi, nous continuerons de vous procurer performance et rendement.

Je vous remercie à nouveau de votre confiance et votre fidélité, et vous donne rendez-vous l'année prochaine pour mesurer l'avancée d'AGF dans cette nouvelle page de son histoire.



Jean-Philippe Thierry
Président-directeur général



Stratégie

Les succès qu'AGF a remportés reposent sur la stratégie mise en place depuis 2001 autour de 4 axes forts :

1. Protéger et renforcer la solidité financière

Parce que le métier d'assureur, c'est savoir gérer des risques, AGF sait qu'il doit être un Groupe solide. AGF a placé cet axe stratégique au cœur de ses préoccupations. Au cours de ces dernières années, l'industrie de l'assurance a dû faire face à la crise des marchés actions mais également à la dérive de certains risques comme le terrorisme ou les catastrophes naturelles.

Dans ce contexte, AGF doit protéger et accroître sa solidité financière, grâce à une politique active de risk management. Risques de placements, de gestion actif/passif, risques de souscription ou de provisionnement, risque de contrepartie et de crédit, risques opérationnels... Le Groupe a développé des outils très avancés de pilotage de tous les types de risques auxquels il est confronté et cherche sans cesse à améliorer la qualité de cette gestion.

AGF poursuivra ainsi la réduction de son profil de risque, l'optimisation de son allocation de capital et pourra durablement honorer ses engagements.

2. Maintenir une forte rentabilité opérationnelle

Parce que le Groupe est convaincu qu'on ne peut être durablement compétitif qu'en étant rentable, AGF s'est fixé comme 2^e axe stratégique de soutenir une forte rentabilité.

Cette discipline passe par des efforts permanents de réduction de coûts, d'amélioration de la productivité, et de maintien d'une politique de souscription sélective. Dans toutes les lignes de métiers, AGF s'est fixé des objectifs ambitieux.

En Biens et Responsabilités, l'objectif est de garder le ratio

combiné au très bon niveau atteint grâce à la poursuite de l'industrialisation des processus et d'une discipline tarifaire.

En Vie et Services Financiers, AGF souhaite poursuivre ses efforts de réduction de coûts et d'amélioration de la productivité.

En outre, le Groupe maintiendra une gestion actif/passif prudente en assurance Vie tout en favorisant les ventes en unités de compte et en développant la gestion d'actifs pour compte de tiers.

En Santé et Collectives, l'objectif est de privilégier la rentabilité dans un marché structurellement porteur mais à la réglementation mouvante.

A l'International, en assurance-Crédit et en assistance, le Groupe entend consolider les très bons résultats obtenus.

3. Simplifier le Groupe

Parce que les activités du Groupe ont longtemps souffert de l'inefficacité de son organisation, ou d'un périmètre trop dispersé, AGF a travaillé en profondeur sur la simplification du Groupe. Les activités non stratégiques ou aux perspectives de rentabilité et de croissance trop lointaines ont été cédées au cours des 4 dernières années. Le périmètre est ainsi plus simple et plus lisible.

En termes d'organisation, AGF est sorti d'un mode de fonctionnement très cloisonné où les entités fonctionnaient de manière trop indépendante, pour mettre en place une organisation plus transversale.

Plus récemment, AGF a entrepris une étape importante dans la simplification de sa gouvernance et de son organisation managériale. Le Conseil d'Administration a accepté la nomination de Jean-Philippe Thierry au Directoire d'Allianz avec pour responsabilité l'ensemble du périmètre AGF. La collaboration avec Allianz est ainsi plus simple et plus efficace. En outre, afin de poursuivre ses efforts de simplification des structures et d'efficacité dans son fonctionnement, le Groupe a décidé de rassembler l'ensemble de ses activités en France, à l'exception de Mondial Assistance et d'Euler Hermes, au sein d'une entité AGF France.

+ 1. Soutenir une compétitivité durable et accroître la création de valeur

Parce que les plus belles performances sont celles qui durent, AGF s'est engagé dans une stratégie ambitieuse de croissance rentable. Le Groupe veut investir dans le développement de ses métiers et de ses réseaux. Des plans d'actions à 3 ans ont été élaborés dans chacune des entités afin de soutenir de manière durable leur compétitivité et de garantir une croissance régulière de la création de valeur pour les actionnaires.

En Vie et Services Financiers, le Groupe veut se développer sur le marché de l'épargne longue en forte croissance depuis de nombreuses années.

En Santé et Collectives, AGF doit capitaliser sur ses avantages concurrentiels dans un marché structurellement porteur.

En Biens et Responsabilités, l'objectif est de renouer avec un développement sélectif en privilégiant les risques de masse (particuliers, petites et moyennes entreprises).

A l'International, le Groupe bénéficie également de marchés porteurs où il souhaite développer ses positions. Enfin en assurance-Crédit et en assistance, AGF a les atouts nécessaires pour soutenir une croissance forte de ces deux métiers où il est leader mondial.

Le développement durable au cœur de la stratégie d'AGF

Pour chaque entreprise, le développement durable consiste à adopter et promouvoir, dans sa sphère d'influence, des modes de production et de consommation favorisant sa croissance économique, une répartition équitable des fruits de cette croissance et la préservation de notre environnement.

Pour les compagnies d'assurance, les axes clés de leur contribution au développement durable sont la réduction des risques à travers des produits et services adaptés, d'une part, le financement de l'économie sur le long terme, d'autre part.

En 2005, AGF s'est mobilisé autour de ces deux axes : la capacité d'innovation des équipes a permis de poursuivre le développement des produits, des services et des actions de prévention tant pour les particuliers que pour les entreprises. En matière de financement de l'économie, AGF a poursuivi sa politique de développement des fonds d'investissement socialement responsables et est un des tout premiers acteurs français de ce secteur.

Pour AGF, le développement durable s'inscrit donc dans une démarche de progrès continu qui soutient, par la qualité de la relation avec les clients et les parties prenantes ainsi générées, la compétitivité des métiers et des réseaux d'AGF.

En termes d'organisation, cette approche s'est traduite, début 2006, par le choix de confier la définition de la politique de développement durable du Groupe aux équipes de la Direction de la Stratégie et Développement d'AGF France.

Faits et chiffres

Activité et résultats

AGF a atteint ses objectifs

Retour à la croissance rentable

- Activité totale en hausse régulière tout au long de l'année
- Vie et Services Financiers particulièrement dynamiques (+19 %) avec une forte croissance de la collecte d'UC
- Dynamisme en Belgique, Espagne, assurance-Crédit et assistance
- Consolidation en Biens et Responsabilités et en Santé et Collectives

Maintien d'une bonne rentabilité opérationnelle

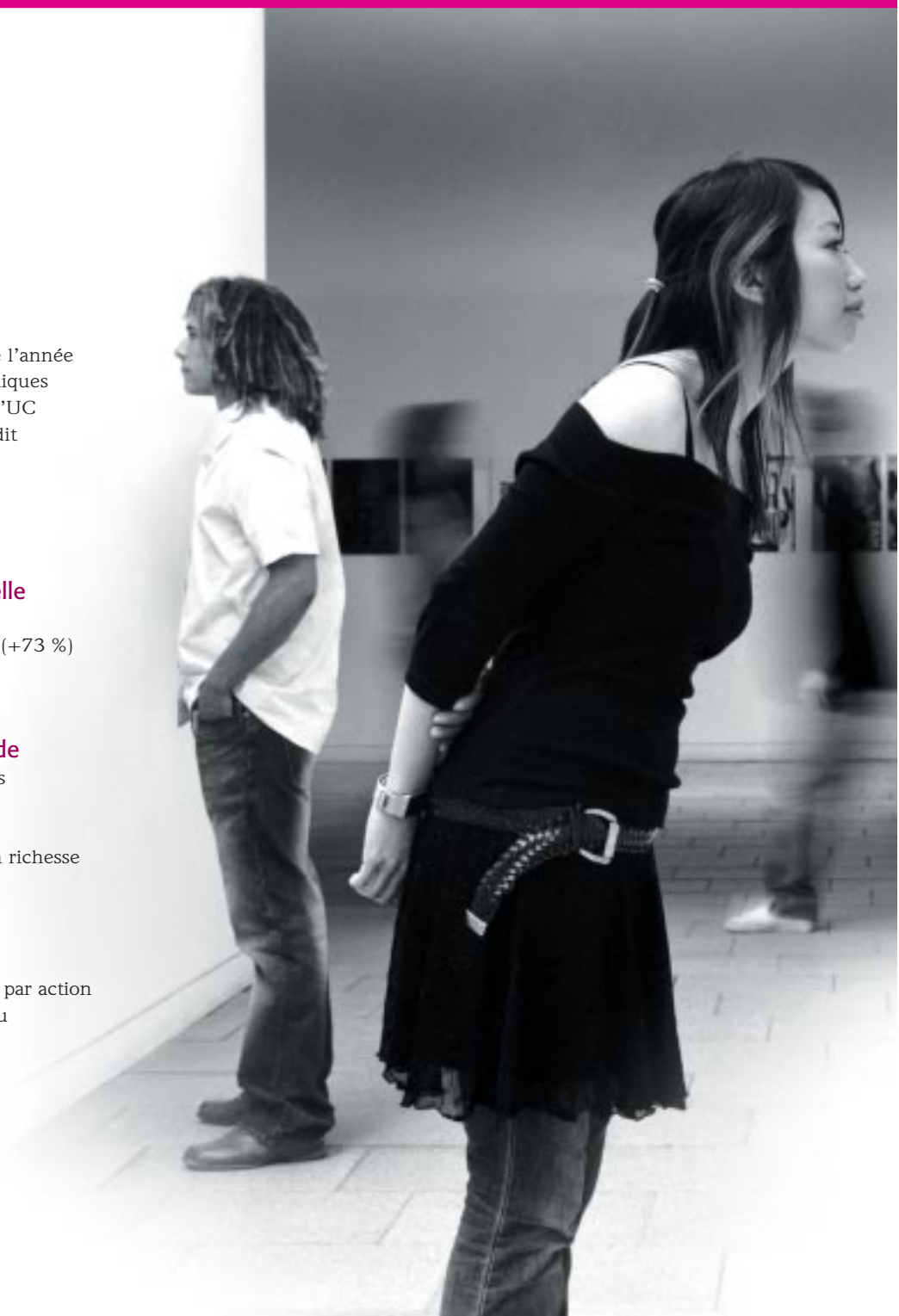
- Ratio combiné Groupe à 93,4 % (-2 points)
- Valeur des affaires nouvelles en nette progression (+73 %)
- Rentabilité opérationnelle de 18,4 % (+2 points)

Forte augmentation du résultat et du dividende

- Résultat net en nette hausse à 1,6 milliard d'euros
- Dividende à 3,60 euros (+38 %), soit un taux de distribution de 40 %...
- ... tout en maintenant une gestion prudente de la richesse latente et en renforçant les réserves

Renforcement de la solidité du Groupe

- Valeur intrinsèque en hausse de 23 % à 62,7 euros par action
- Marge de solvabilité consolidée au très bon niveau de 294 % (+58 points)



17,0

17,6

+4 %
Une croissance régulière
du chiffre d'affaires

04

05

En milliards d'euros

16,4

18,4

+2 points
Une rentabilité
qui continue de progresser

04

05

En pourcentage

1 359

1 604

+18 %
Un résultat net très satisfaisant

04

05

En millions d'euros

2,6

3,6

+38 %
Un dividende en forte hausse

04

05

En euros

50,8

62,7

+23 %
Une valeur intrinsèque
plus élevée

04

05

Euros par action

236

294

Une marge de solvabilité
en nette progression

04

05

En pourcentage

Faits marquants

France : nominations et réorganisation managériales

Depuis le 1^{er} janvier 2006, le groupe AGF s'est doté d'une nouvelle organisation qui vient simplifier ses structures et optimiser son fonctionnement. Jean-Philippe Thierry, Président-directeur général d'AGF SA a été nommé au 1^{er} janvier 2006 membre du Directoire d'Allianz AG. Laurent Mignon et François Thomazeau ont été nommés Directeurs Généraux Délégués, au 1^{er} janvier 2006. Laurent Mignon est Responsable Opérationnel de l'entité AGF France.

Agents Généraux et Courtage IARD : stabilisation du portefeuille et prévention accrue

Succès commerciaux pour le réseau des Agents Généraux

Les opérations commerciales menées tout au long de l'année telles "Jeunes Familles" ou "Tellus 5%", ont largement contribué à la réalisation des bons résultats commerciaux du réseau. En IARD, le portefeuille automobile s'est stabilisé, la production Vie a, quant à elle, progressé de 24 % au cours de l'année pour atteindre 782 M€. La Santé n'est pas demeurée en reste, la production nouvelle nette de l'année ayant progressé de +52 %.

Un plan de développement ambitieux pour le réseau des Agents Généraux AGF

2005 est l'année de lancement d'un ambitieux plan de développement à horizon 2008 pour le réseau des Agents Généraux AGF. Ce plan a un double objectif : d'une part, accroître sensiblement le nombre de nos points de vente afin de faire face à la concurrence des mutuelles et des bancassureurs ; d'autre part, de donner des moyens supplémentaires aux Agents Généraux afin d'assurer leur croissance tant en nombre de clients qu'en chiffre d'affaires.

2005, année de transformation de la fonction indemnisation

Dénoté Service Gagnant, le plan de transformation 2005-2007 vise à faire durablement de la fonction Indemnisation d'AGF l'une des plus performantes du marché français. La qualité et l'efficacité de la gestion seront améliorées en travaillant sur 3 axes : l'organisation, les ressources humaines et les outils.

Vie et Services Financiers : une année riche en événements porteurs

Une nouvelle identité

Afin de soutenir son ambition de développement sur les métiers de la banque, de l'assurance et de la gestion d'actifs, le réseau de conseillers financiers et patrimoniaux a été organisé autour d'une nouvelle identité : AGF Assurfinance devient ainsi AGF FinanceConseil.

Rebond de la collecte en Vie

En 2005, AGF a lancé plusieurs opérations commerciales – dont celle intitulée "Retrouvez le goût à la vie" –, qui ont permis aux Agents Généraux d'améliorer leurs ventes de produits Vie. Ces actions ont ainsi contribué au rebond de la collecte.

Essor de la DCPI

Le Groupe a enregistré en 2005 un fort développement de la Direction Courtage Partenariat Indépendant (DCPI) qui rassemble au sein d'une même entité : Arcalis, Génération Vie, AVIP, le Courtage Vie et GAIPARE. La DCPI est présente sur tous les segments de la distribution indépendante. Son approche conseil à forte valeur ajoutée s'appuie sur l'expertise et le savoir-faire d'AGF.

Banque et Asset Management : performance, transparence et certification

Le Groupe a réalisé d'excellentes performances en gestion d'actifs en remportant notamment de nombreux appels d'offres en gestion pour comptes de tiers (AGIRC-ARRCO, FRR...). AGF Asset Management a adhéré cette année au code de transparence pour les fonds d'Investissement Socialement Responsables grand public, qui a été récemment créé par l'Association Française de la Gestion financière. AGF AM place ainsi le développement durable au cœur de sa stratégie. Depuis août 2005, AGF Private Equity est la 1^{re} société de capital investissement en France à avoir reçu la certification GIPS, qui garantit une présentation intègre et complète des performances.

Santé et Collectives : innovations produits et services

En 2005, le Groupe a confirmé sa stratégie en matière d'innovation dans le domaine de la santé. Notre ambition est d'aider nos clients à faire les bons choix en matière de santé en leur proposant des produits et service adaptés à leurs besoins. Le Groupe a lancé **AGF Latitude Senior** en mai, une complémentaire santé spécifiquement dédiés aux seniors et offrant des garanties innovantes, complète et modulable. En septembre, dans une optique de transparence et de responsabilisation des assurés, AGF a inauguré **AGF Info Hospitalisation**, service exclusif d'information téléphonique sur les meilleurs hôpitaux et cliniques par spécialité. En Retraite Epargne Salariale, le Groupe a complété son offre avec **AGF Planéo 3**, produit récompensé par l'attribution d'un "Label Excellence".

Dans le même temps, les activités Santé Collectives ont finalisé la mise en forme de leur organisation avec la création de la Direction Commerciale Collectives, et le recentrage des activités Santé Individuelle qui confiait en janvier la gestion du régime obligatoire des Travailleurs Non Salariés à Apria.

INTERNATIONAL : DÉVELOPPEMENT ET SIMPLIFICATION

Croissance soutenue en Europe

En 2005, le chiffre d'affaires d'AGF en Belgique a continué à progresser fortement et la rentabilité en Espagne et aux Pays-Bas est restée excellente avec de bons ratios combinés.

Cession d'Astrée en Tunisie

En janvier, dans le cadre de sa stratégie de simplification, le Groupe a cédé pour un montant de 12,7 M€, sa participation de 42,08 % dans la société d'assurance tunisienne, Astrée.

FINANCE

Une transition IFRS réussie

Le passage aux nouvelles normes IFRS n'a causé ni mauvaise surprise, ni impact opérationnel. La richesse patrimoniale du Groupe est inchangée.

Et le résultat net au 31.12.04 augmente à 1,3 Md€ en normes IFRS contre 1,1 Md€ en normes françaises.

Cession de Gecina

Le 15 mars 2005, AGF a cédé sa participation de 22,3 % dans Gecina à la société immobilière espagnole Metrovacesa pour un montant de 1 240 M€ (89,75 €/action), réalisant un résultat de 514 M€ (avant impôts exigibles et participation aux bénéfices exigible). Cette transaction s'inscrit dans la stratégie de gestion dynamique des actifs du Groupe et permet de réduire l'exposition immobilière de 1,5 % environ dans de bonnes conditions financières.

Dettes supersubordonnées

En janvier 2005, AGF a procédé à une émission de titres supersubordonnés, à durée indéterminée, pour un montant de 400 M€. Cette dette est venue se substituer à un endettement senior. Le Groupe optimise ainsi sa structure de financement, tout en renforçant sa marge de solvabilité. AGF se félicite des conditions de marché optimales de cette émission.

ASSURANCE-CRÉDIT ET ASSISTANCE : DES INITIATIVES TRÈS CONSTRUCTIVES

Poursuite de la stratégie de croissance d'Euler Hermes

Euler Hermes a racheté la totalité du capital de sa filiale en Belgique et détient désormais 100 % de ses activités au Benelux.

Par ailleurs, cette société continue son expansion en Turquie, dans les pays baltes et en Russie.

Nouveau Partenariat au Japon

Le groupe Mondial Assistance a créé avec Millea Holdings - société mère de la 1^{re} compagnie d'assurance japonaise -, une joint-venture à 50/50 au Japon.

Ce partenariat, qui donne naissance dans ce pays au leader de l'assistance, renforce la stratégie de développement de Mondial Assistance, dans la région Asie-Pacifique.

MÉCÉNAT : UNE DYNAMIQUE D'ACTION

De la "Nymphé" de Poirier...

Fidèle à sa tradition de mécénat culturel, AGF a mis en place un partenariat original sur trois ans avec le musée du Louvre.

Cette année, le Groupe a ainsi participé à l'acquisition de la "Nymphé" de Claude Poirier, déclarée Trésor National.

...Au sponsoring sportif

AGF a poursuivi en 2005 son sponsoring sportif en étant partenaire officiel de l'Open de France de golf et partenaire "prévention et sécurité" de la 7^e Transat Jacques Vabre ; le Groupe a également soutenu le coureur de fond Serge Girard qui doit rallier à pied Paris-Tokyo en 300 jours.

Implantation géographique

AGF réalise 62 % de son activité en France et 38 % à l'étranger qui se répartissent de la manière suivante :

- 30 % en Europe,
- 4 % en Amérique du Sud,
- 4 % dans le reste du monde.

La présence du Groupe en Europe est essentiellement concentrée aux Pays-Bas, en Espagne et en Belgique, au Brésil et en Colombie pour l'Amérique du Sud. AGF est également implanté en Afrique et au Moyen-Orient. Cette implantation internationale diversifiée permet au groupe AGF de bénéficier du dynamisme de ces différents marchés et de relais de croissance importants.

AMÉRIQUE DU SUD

- Chiffre d'affaires : 761 M€
- Brésil : CA de 408 M€, n°9¹ en non Vie avec 4 % de pdm*
- Colombie : CA de 210 M€, n°5¹ en Vie¹
- Venezuela : CA de 85 M€
- Argentine : CA de 57 M€
- Principaux concurrents : banques locales, ABN AMRO et AIG au Brésil

¹ Estimations internes et associations professionnelles locales.
* Part de marché.

FRANCE

- Chiffre d'affaires : 10,1 Mds€
- 15 431 employés
- Non Vie : n° 3^e avec 11,0 % de pdm^{*}
- Vie : n° 9^e avec 4,1 % de pdm^{*}
- Principaux concurrents : Axa, CNP, Generali, les banques et les mutuelles

PAYS-BAS

- Chiffre d'affaires : 1,3 Md€
- Non Vie : n° 6^e avec 4,2 % de pdm^{*}
- Vie : n° 10^e avec 1,7 % de pdm^{*}
- Principaux concurrents : ING, Fortis, Aegon

BELGIQUE

- Chiffre d'affaires : 933 M€
- Non Vie : n° 7^e avec 4 % de pdm^{*}
- Vie : n° 7^e avec 2,5 % de pdm^{*}
- Principaux concurrents : Axa et les bancassureurs (Fortis, KBC, ING)

ESPAGNE

- Chiffre d'affaires : 1,2 Md€
- Non Vie : n° 2^e avec 6,9 % de pdm^{*}
- Vie : n° 12^e avec 2,5 % de pdm^{*}
- Principaux concurrents : Mapfre, Generali

MOYEN-ORIENT/AFRIQUE

- CA : 320 M€
- Positions fortes en Afrique, au Liban et en Egypte
- Afrique : n° 1^e en Vie (21 % de pdm^{*}) et n° 3^e en non Vie (10 % de pdm^{*})
- N° 4^e au Liban, n° 6^e en Egypte
- Principaux concurrents : acteurs locaux, Axa, AIG au Moyen-Orient

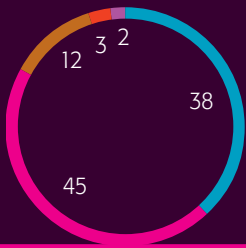
MONDIAL ASSISTANCE

- Chiffre d'affaires : 589 M€ (part AGF)
- Leader international de l'assistance et de l'assurance voyage en pdm^{*}
- Position forte : Union Européenne, Brésil, Etats-Unis, Asie
- Principal concurrent : EuropAssistance

ASSURANCE-CRÉDIT

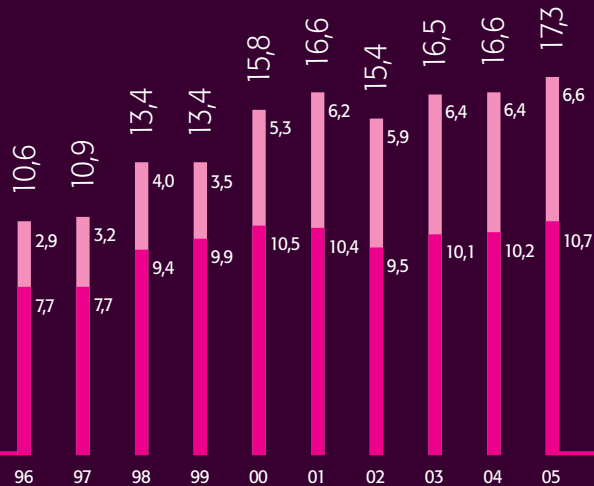
- Chiffre d'affaires : 2 038 M€ (part AGF)
- Numéro 1 mondial avec 34 % de pdm^{*}
- Position forte : Allemagne, France, Italie, Royaume-Uni, Etats-Unis
- Concurrents : Coface, Atradius

Chiffres Clés



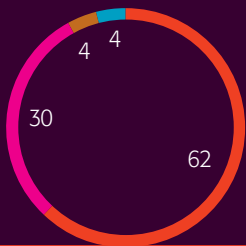
Revenu par activité

- En pourcentage
- Assurance de Biens et de Responsabilités
 - Assurance de personnes
 - Assurance-Crédit
 - Assistance
 - Banque et autres



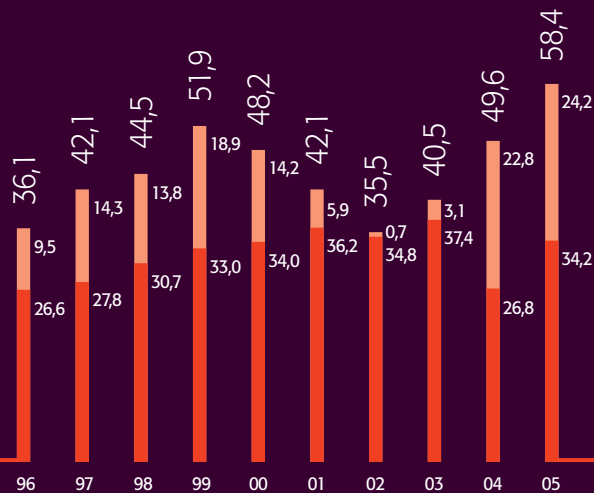
Chiffre d'affaires d'assurance

- En milliards d'euros
- Hors de France
 - France



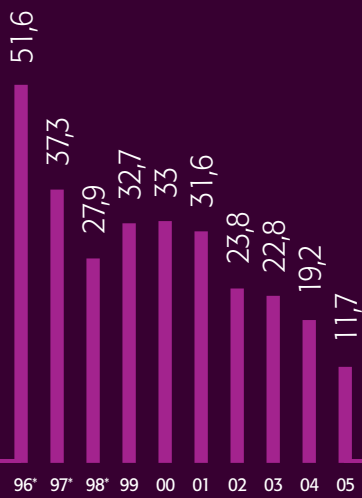
Revenu par zone géographique

- En pourcentage
- France
 - Europe (hors France)
 - Amérique du Sud
 - Autres



Actif net réévalué

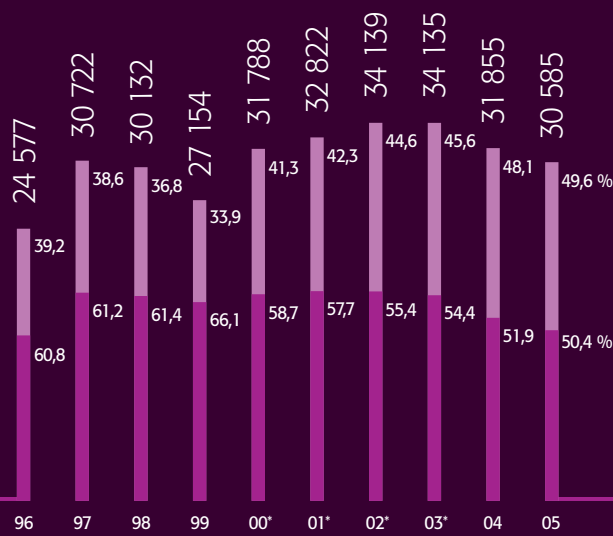
- En euros par action
- Plus-values latentes, pdg nettes des écarts d'acquisition et nettes d'impôts
 - Capitaux propres hors réserve de réévaluation et hors écarts d'acquisition



Endettement financier

- En pourcentage
- Dettes financières (hors passifs subordonnés)/ Fonds propres (y compris intérêts minoritaires) + passifs subordonnés

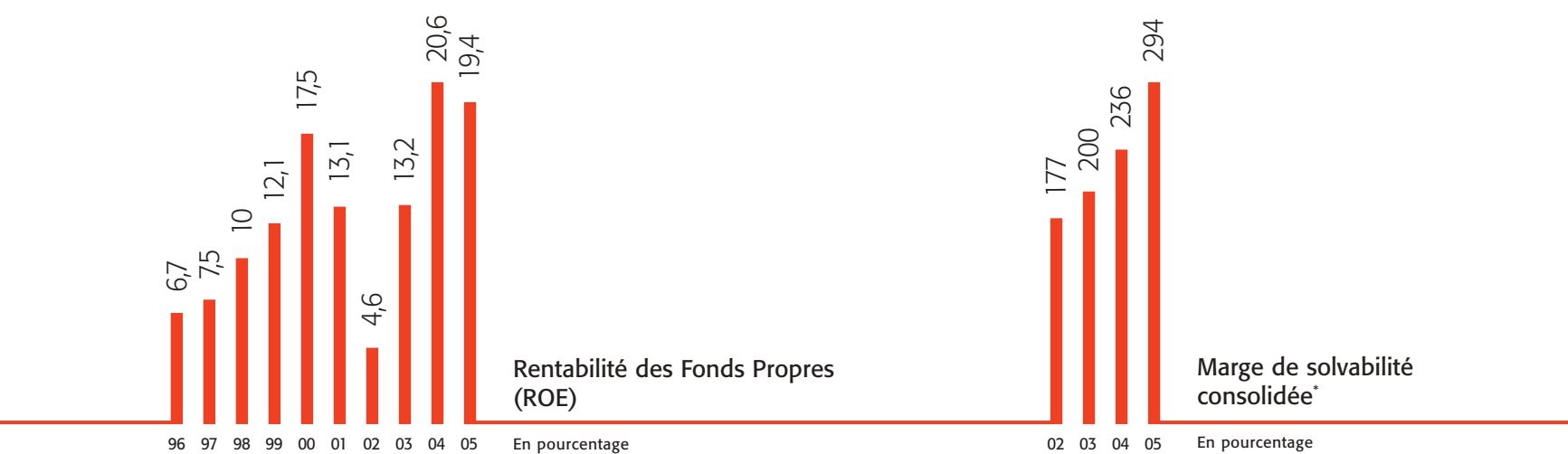
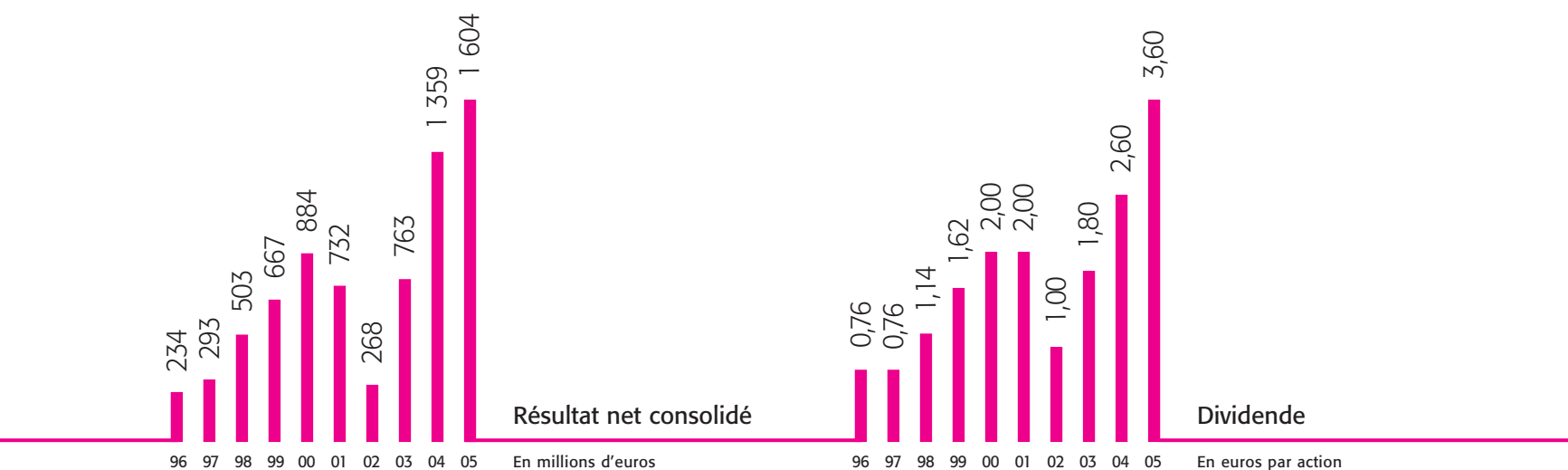
* Endettement hors activités bancaires



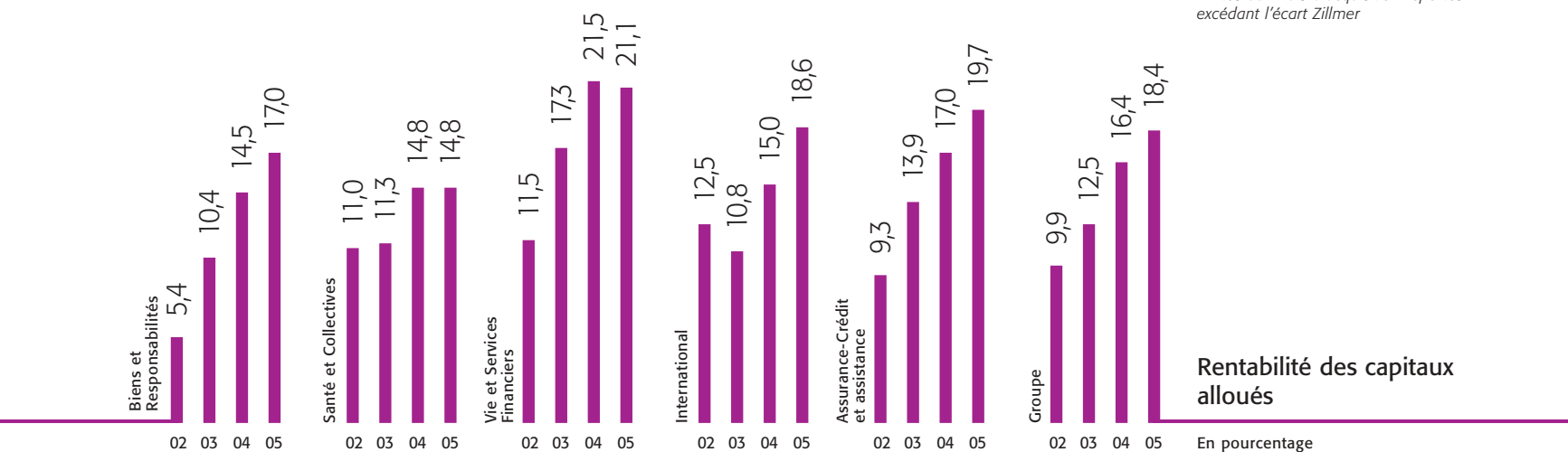
Personnel salarié

- Etranger
- France

* Intégration de Mondial Assistance (part AGF) dans le calcul.

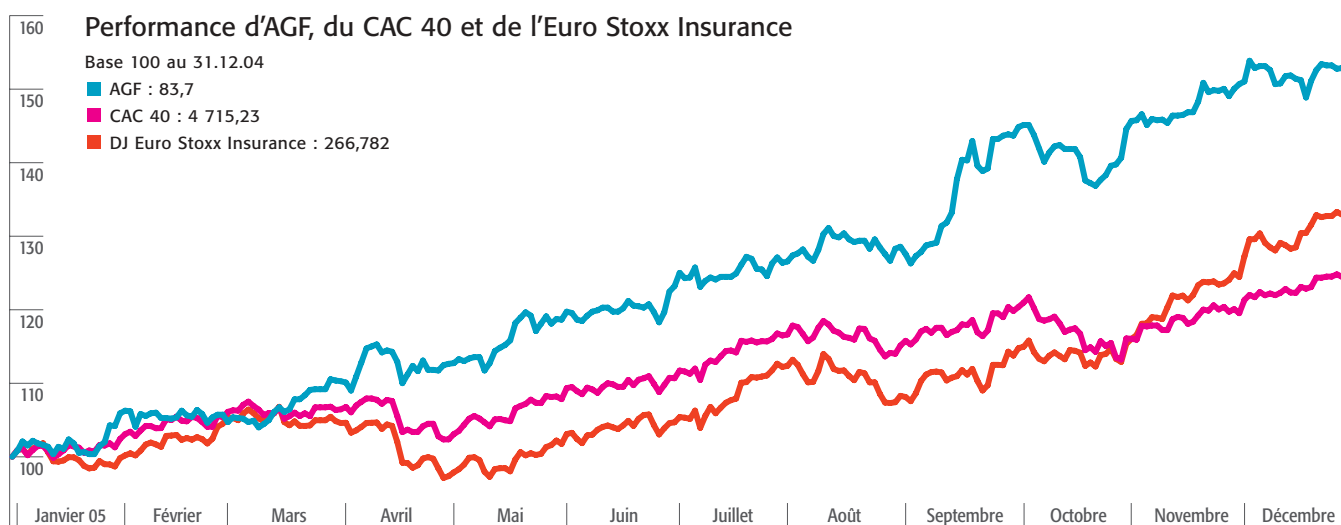


* Le calcul de la marge ajustée a été effectué conformément au Code des Assurances : la marge de solvabilité inclut la quote-part des bénéfices futurs limités aux frais d'acquisition reportés excédant l'écart Zillmer



Compte-tenu des différents changements de méthodes comptables intervenus entre 1996 et 2005, les données antérieures à 2004 ne sont pas directement comparables.

Le titre AGF en 2005 : 1^{re} performance du CAC 40



En hausse de 52,8 % sur un an à près de 16 milliards d'euros, la capitalisation boursière d'AGF au 31 décembre 2005 atteint le 22^e rang du marché parisien et la 31^e position dans l'indice Euronext 100 qui regroupe les 100 premières capitalisations des Bourses d'Amsterdam, Bruxelles, Paris et Lisbonne. A cette date, sur la base d'un flottant capitalisé à 7,2 milliards d'euros, AGF occupe le 32^e rang du CAC 40.

En 2005, les indices sectoriels de l'assurance – DJ Stoxx Insurance et DJ Euro Stoxx Insurance – ont affiché respectivement une hausse de 30,5 % et de 31,7 % et, sur la même période, le CAC 40 a progressé de 23,4 % à 4 715 points.

Le titre AGF a, une nouvelle fois, largement surperformé tous ces indices avec une très belle progression de 52,3 %, le plaçant au 1^{er} rang de l'indice phare de la Bourse de Paris, son cours ayant progressé régulièrement tout au long de l'année, passant de 54,95 euros au 31.12.2004 à 83,70 euros au 31.12.2005.

Volume d'actions AGF et de capitaux échangés en 2005

Pendant l'année 2005, 96 441 420 titres AGF ont été échangés au cours de 257 séances de Bourse, soit une moyenne quotidienne de 375 258 titres pour 25,2 millions d'euros de capitaux.

Evolution mensuelle des échanges AGF sur Euronext Paris

2004	Nombre de titres échangés	Capitaux en euros	Cours le plus haut	Cours le plus bas
Septembre	10 514 501	520 548 939	52,15	46,55
Octobre	7 372 940	382 949 269	53,00	50,75
Novembre	7 816 836	403 714 285	53,80	50,45
Décembre	8 320 322	445 537 815	55,45	52,55

2005

Janvier	7 948 833	445 063 134	58,30	54,60
Février	7 084 702	410 391 956	59,30	57,15
Mars	10 498 104	611 733 574	60,95	57,00
Avril	8 941 463	552 040 227	63,75	59,60
Mai	13 630 555	866 072 225	66,25	61,10
Juin	6 609 897	436 491 235	68,20	64,90
Juillet	6 868 363	471 499 907	70,55	65,50
Août	5 340 369	377 209 554	72,45	69,30
Septembre	9 903 270	735 307 480	79,80	68,90
Octobre	6 632 366	513 115 505	80,00	74,75
Novembre	6 196 348	501 452 881	83,25	79,10
Décembre	6 787 150	564 400 406	84,75	81,25

2006

Janvier	7 739 082	655 381 884	87,65	83,2
Février	5 504 002	473 072 435	88,05	83,6

Source Euronext

Principales données boursières

L'action AGF	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
En euros										
Bénéfice net par action, non dilué, pondéré*	1,72	2,07	2,73	3,65	5,21	4,36	1,57	4,41	7,69	8,96
Bénéfice net par action, non dilué, non pondéré*	1,72	1,70	2,73	3,80	5,25	4,33	1,56	4,37	7,66	8,88
Dividende net par action	0,76	0,76	1,14	1,62	2,00	2,00	1,00	1,80	2,60	3,60
Cours le plus haut**	26,82	51,41	60,20	58,00	74,00	73,40	58,45	46,78	55,15	84,55
Cours le plus bas**	19,54	24,56	42,40	46,00	49,10	43,91	22,90	21,27	43,22	55,15

En millions d'actions

Nombre total d'actions émises au 31.12.2005	136,14	172,33	184,33	184,53	184,58	184,68	186,91	188,17	189,49	190,14
Nombre d'actions totalement dilué	136,94	186,19	186,69	186,63	186,61	186,60	188,89	191,21	193,11	192,99
Autodétention	-	-	-	9,11	16,19	15,55	15,35	13,60	11,95	9,55
Nombre d'actions en circulation après autodétention	136,14	172,33	184,33	175,42	168,39	169,13	171,55	174,57	177,54	180,59
Nombre d'actions totalement dilué après autodétention	136,94	186,19	186,69	178,52	172,41	174,05	176,39	180,47	183,98	185,99
Nombre pondéré d'actions en circulation	136,14	141,99	184,33	182,54	170,01	167,93	170,17	172,93	176,84	179,01

* Données antérieures à 2000 non directement comparables, données 2000 et 2001 pro forma
Données 1996 à 2003 en normes French Gaap et données 2004 et 2005 en normes IFRS

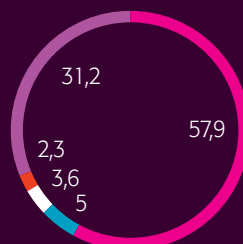
** Cours de clôture plus haut et plus bas de l'année

NB : le montant du dividende 2005 (3,60 euros) est soumis à l'approbation de l'Assemblée des actionnaires

La répartition du capital AGF au 31.12.2005

En pourcentage

- Allianz AG
- Autodétention AGF
- Actionnaires individuels
- FCP Personnel AGF
- Institutionnels



Le capital social d'AGF au 31 décembre 2005 s'élève à 869 580 265,17 euros répartis en 190 135 754 actions, en augmentation de 649 592 titres. D'après une étude menée en décembre 2005, le capital d'AGF était réparti entre 89 073 actionnaires, dont 3 756 inscrits au nominatif et 85 317 au porteur. (Etude TPI* au 31 décembre 2005 - * TPI : Titre au porteur identifiable)

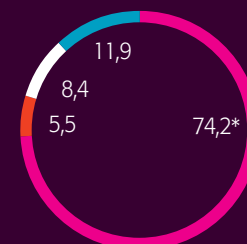
Les actionnaires individuels étaient au nombre de 86 768, pour une détention moyenne individuelle de 77 actions AGF. Les principaux actionnaires institutionnels comprenaient, au 31.12.2005 en % du capital :

Allianz AG = 57,9 %, groupe CDC = 0,9 %

La répartition du flottant AGF au 31.12.2005

En pourcentage

- Autodétention AGF
- Actionnaires individuels
- FCP Personnel AGF
- Autres*



* France 30,1 %, Royaume-Uni 16,8 %, Amérique du Nord 13,7 %, Benelux 8,0 %, Allemagne 3,0 %, Suisse 1,3 %, Hong Kong 0,7 %, Espagne 0,3 %, Divers 0,3 %

La définition du flottant inclut les titres AGF autodétenus à hauteur de 5 % du capital et s'obtient en déduisant du capital AGF la part d'Allianz AG : il s'établit à 42,1 % du capital, soit 80 002 484 titres au 31 décembre 2005.

INFORMATION DES ACTIONNAIRES

Les départements Actionariat et Communication Financière du Groupe fournissent de nombreux services d'information à l'ensemble des actionnaires, institutionnels et individuels :

- le serveur vocal : 01 42 96 08 77
- le Club des actionnaires, composé de près de 32 000 membres, donne accès :
 - au numéro gratuit : 0800 02 23 30,
 - à une adresse email agfclub@agf.fr recevant questions, remarques ou suggestions,
 - à des sessions de formation à l'École de la bourse (4 par an),

- le site Internet : <http://www.agf.fr/actionnaires>,
- une lettre trimestrielle aux actionnaires,
- des réunions spécifiques dans toute la France, organisées conjointement avec la FFCI, le CLIFF, Euronext, ou des supports financiers comme *Le Revenu*, *La Vie Financière* ou *Investir* (8 par an).

Outre les services proposés ci-contre, les actionnaires peuvent adresser leurs courriers à :

Jean-François Bruno
Secrétaire Général groupe AGF
Case Courrier B503
87, rue de Richelieu - 75113 Paris cedex 02

Gouvernement d'entreprise

Une bonne gouvernance participe à la transparence de l'information financière, protège les intérêts des actionnaires et favorise le développement durable de l'entreprise.

Depuis sa privatisation en 1996, AGF s'est engagé dans une politique active d'optimisation de son gouvernement d'entreprise portant notamment sur la répartition des pouvoirs entre les administrateurs et les autres mandataires sociaux, l'évaluation des risques et le contrôle interne.

Le Groupe est en conformité avec les recommandations des rapports Viénot I et II et celles du rapport Bouton.

Le Conseil d'Administration était composé en 2005 de la manière suivante :
Jean-Philippe Thierry,
Président-directeur général

■ Trois administrateurs représentant l'actionnaire majoritaire Allianz, élus par l'Assemblée Générale :
Mickaël Diekmann,
Vice-Président du Conseil
Diethart Breipohl, Detlev Bremkamp

■ Quatre administrateurs indépendants, au sens du rapport Bouton, élus par l'Assemblée Générale :
André Lévy-Lang, Béatrice Majnoni d'Intignano,
Hans-Dieter Kalscheuer, Dominique Ferrero

■ Un administrateur non indépendant, au sens du rapport Bouton, élu par l'Assemblée Générale :
Antoine Jeancourt-Galignani

■ Un représentant des Agents Généraux élu par l'Assemblée Générale :
Hervé de Veyrac

■ Un administrateur représentant les salariés actionnaires, élu par l'Assemblée Générale :
Mariano Sorolla

■ Deux administrateurs représentant les salariés élus par le personnel :
Anita Mac Auliffe, Vincent Schittulli

■ Deux censeurs : Robert Hudry, Yves Cannac¹

Par ailleurs, Michel Albert est Président d'honneur d'AGF

■ MM. Mignon et Thomazeau assistent également aux travaux du Conseil d'Administration.

■ Au sein du Conseil d'Administration, trois comités ont été institués :
Comité d'audit, Comité des conventions et Comité des rémunérations.
Leur fonctionnement est présenté en page 20.

¹ M. Cannac, atteint par la limite d'âge statutaire, a été nommé censeur lors de la séance du Conseil d'Administration du 5 décembre 2005.

Le Conseil d'Administration

Composition du Conseil

La composition du Conseil d'Administration permet la représentation des différentes parties prenantes. En adéquation avec son actionnariat, il laisse toutefois une place significative aux administrateurs indépendants.

Il se prononce chaque année, conformément à son règlement intérieur, sur le caractère indépendant des administrateurs qui le composent. Le Conseil d'Administration, lors de sa réunion du 5 décembre 2005, a constaté qu'AGF comptait 4 administrateurs indépendants (30,8 %).

Les réunions du Conseil d'Administration accueillent également deux censeurs, chargés de veiller à la stricte application des statuts. Les censeurs sont membres à part entière des comités d'études : l'un est vice-président du comité d'audit, l'autre Président du comité des conventions

À l'exception de ceux représentant les salariés, les administrateurs sont élus par l'Assemblée Générale des actionnaires. Les règles strictes en matière de cumul des mandats demandées à l'ensemble des administrateurs garantissent leur plein engagement et leur disponibilité à l'égard de la Société. Tous les administrateurs, ainsi que les censeurs, s'y conforment.

Le règlement intérieur du Conseil d'Administration a été actualisé lors de la séance du 5 décembre 2005. Des extraits de la nouvelle version de ce règlement sont disponibles sur le site Internet d'AGF.

Auto-évaluation du Conseil

Il appartient au Conseil d'Administration de procéder à l'évaluation périodique de sa capacité à répondre aux attentes des actionnaires pour le compte desquels il administre la Société.

La dernière évaluation, menée en 2004, avec l'accompagnement d'un consultant extérieur au Groupe (Egon Zehnder), aboutissait aux conclusions suivantes :

- le fonctionnement du Conseil est globalement satisfaisant ;
- l'information financière et le travail des comités d'études sont de bonne qualité ;
- le respect des minoritaires est considéré comme acquis ;
- les compétences des administrateurs sont bonnes et complémentaires ;
- l'information doit être plus synthétique et contenir davantage de comparaisons avec le marché français de l'assurance.

La prochaine évaluation du Conseil aura lieu dans le courant de l'année 2006.

LES NOUVEAUTÉS DU RÈGLEMENT INTÉRIEUR DU COMITÉ DES CONVENTIONS

Les adaptations effectuées durant l'année ont porté essentiellement :

- sur le renforcement du nombre des membres (de trois à quatre membres) et de la présence majoritaire des administrateurs indépendants ;
- sur la faculté d'intégrer d'autres membres sans voix délibérative, notamment le Directeur Financier ou la personne à l'origine de sa saisine ;
- et sur l'attribution d'une voix prépondérante au Président.

Il a été également décidé :

- d'augmenter le nombre des réunions afin que celles-ci soient désormais trimestrielles ;

- de permettre également aux Administrateurs, Directeurs Généraux Délégués et membres du Comité des conventions de saisir le Comité lorsqu'ils auront connaissance d'un événement entrant dans son champ de compétence et/ou dans le cas d'une situation de conflit d'intérêts identifiée entre le groupe Allianz et le groupe AGF.

Enfin, il a été prévu d'organiser la présentation annuelle d'un rapport de l'actionnaire majoritaire sur les avantages et difficultés (ou tout autre aspect positif ou négatif) des relations entre le groupe Allianz et le groupe AGF, au cours des douze derniers mois.

Les comités d'études

Le Conseil d'Administration du groupe AGF s'est doté de trois comités d'études dont le rôle et le champ d'action se sont renforcés au cours des dernières années.

LE COMITÉ D'AUDIT

Président

Dominique Ferrero

Membres

Robert Hudry, *Vice-président*
Detlev Bremkamp

Missions

- Analyse des comptes avant leur présentation au Conseil d'Administration
- Vérification de la pertinence des méthodes comptables employées
- Examen avec les Commissaires aux comptes de la vérification et du contrôle des comptes effectués par ceux-ci
- Approbation du programme de l'Audit Général Groupe et suivi
- Examen des propositions de nomination et de renouvellement des Commissaires aux comptes
- Vérification de l'existence et de la fiabilité du contrôle interne (SOX, comparaison entre budget et "réalisé",...)
- Examen des points susceptibles d'avoir un impact financier significatif sur la compagnie

- Toute mission particulière confiée par le Conseil d'Administration

Activités 2005

- 5 réunions – 80 % de participation
- Examen du taux d'entame du budget 2005 par métier
- Constat du travail accompli en termes de changement de normes comptables (IFRS)
- Examen de la procédure lancée par l'ACAM dans le dossier CGOS
- Examen de la médiation clientèle (en particulier dans l'affaire de l'ex-Agent Général M. Brisset)
- Examen de la politique d'allocation d'actifs 2006
- Approbation du programme d'audit 2006
- Etude du compte rendu sur la lutte antiblanchiment
- Modification de son règlement intérieur

LE COMITÉ DES CONVENTIONS

Président

Yves Cannac

Membres

Diethart Breipohl
Hans-Dieter Kalscheuer
Béatrice Majnoni d'Intignano

Missions

- Prévenir tout éventuel conflit d'intérêt social entre, d'une part, le groupe Allianz ou l'une de ses sociétés et, d'autre part, le groupe AGF ou l'une de ses propres sociétés. En particulier :
- Examen de toute opération d'un montant supérieur à 5 millions d'euros
 - Examen de toute acquisition ou cession de participation consolidée intervenant entre le groupe AGF et le groupe Allianz
 - Examen de toute opération impliquant un flux financier entre sociétés appartenant à ces deux groupes, y compris les politiques de distribution de dividendes proposées aux actionnaires

- Examen éventuel de toute procédure émanant du groupe Allianz susceptible d'avoir pour objet ou pour effet d'imposer à la société une stratégie pouvant avoir un impact significatif sur les comptes ou le cours de l'action de la Société
- Toute mission particulière éventuelle confiée par le Conseil d'Administration

Activités 2005

- 1 réunion – 100 % de participation
- Examen du projet de règlement intérieur
(voir encadré page 19)

LE COMITÉ DES RÉMUNÉRATIONS

Président

André Levy-Lang

Membres

Michael Diekmann
Béatrice Majnoni d'Intignano

Missions

- Recommandation au Conseil d'Administration intéressant la rémunération et la retraite du Président, ainsi que des autres mandataires sociaux le cas échéant
- Recommandation au Président intéressant la rémunération et la retraite des membres du Comité Exécutif non mandataires sociaux
- Examen des propositions de la Direction Générale intéressant la mise en place des plans de souscription ou d'achat d'actions autorisés par l'Assemblée Générale Extraordinaire
- Toute mission particulière confiée par le Conseil d'Administration

Activités 2005

- 3 réunions – 78 % de participation
- Part variable de rémunération à verser aux membres du Comité Exécutif au titre de l'exercice 2004 (application des règles existantes)

- Rémunération fixe et modalités de fixation de la part variable des membres du Comité Exécutif au titre de l'exercice 2005
- Attribution du bonus à moyen terme relatif à 2002-2004 et aux modalités de fixation du même bonus pour 2005-2007
- Plan de Stock Appreciation Rights 2005 mis en place par Allianz pour les dirigeants des sociétés de son Groupe
- Plan d'attribution d'achat d'actions 2005
- Fermeture du régime de retraite spécifique des membres du Comité Exécutif
- Attribution d'une prime exceptionnelle à un membre du Comité Exécutif
- Situation du Président en 2005 et à compter du 1^{er} janvier 2006
- Situation des deux Directeurs Généraux Délégués
- Rémunération des autres membres du nouveau Comité Exécutif d'AGF France

Liens avec Allianz

Allianz*

57,9 %
pourcentage d'intérêt

AGF

AGF constitue une des principales entités du groupe Allianz représentant une part importante de son chiffre d'affaires et opérant dans un de ses cœurs de métiers : l'assurance des biens et des personnes en Europe occidentale.

Le groupe Allianz détient le contrôle d'AGF depuis avril 1998 avec aujourd'hui 57,9 % du capital. Le fonctionnement d'AGF au sein du groupe Allianz constitue un exemple de travail conjoint reposant sur un management décentralisé respectueux des droits des minoritaires : Allianz a ainsi délégué le management de ses opérations dans un certain nombre de pays à AGF qui, régulièrement, l'informe de la marche des affaires et discute des orientations stratégiques.

Un travail conjoint régulier

Les équipes de management des deux Groupes travaillent de manière conjointe à l'occasion des processus stratégique et budgétaire, mais également sur des sujets ponctuels nécessitant des échanges de compétences spécifiques. Ces travaux visent à déterminer puis à mettre en place, au sein du Groupe, les meilleures pratiques dans chacun des métiers.

La revue des orientations stratégiques se tient habituellement au 2^e trimestre à l'occasion d'un processus appelé le Strategic Dialogue. AGF et Allianz y discutent ainsi de thèmes stratégiques particuliers, et tâchent de dégager un consensus sur les initiatives stratégiques à engager.

La revue des décisions budgétaires se déroule habituellement au 4^e trimestre. Dans ce contexte AGF et Allianz se rencontrent traditionnellement en décembre à l'occasion d'un processus appelé le Planning Dialogue afin de discuter et d'affiner les objectifs budgétaires métier par métier et pays par pays. Ces rencontres visent notamment à valider la cohérence des décisions budgétaires avec les orientations stratégiques.

Des sujets ponctuels donnent également lieu à des échanges entre les équipes de management des deux Groupes quand ceux-ci nécessitent la mise en commun de compétences pour la résolution de problématiques complexes. Ce travail de concert se matérialise par l'organisation de groupes de travail spécifiques.

Des travaux récents ont porté sur le projet "sustainability" qui visait à mettre en place les meilleures pratiques au sein du groupe Allianz pour soutenir la compétitivité des métiers et

des réseaux de manière durable. Un nouveau projet transversal "customer focus" a également été mis en place en 2005 afin d'améliorer dans le Groupe la gestion de la relation client.

Un management décentralisé

Les métiers d'assurance étant avant tout soumis à de fortes contraintes réglementaires et commerciales pays par pays, le groupe Allianz a adopté un modèle de gestion basé sur des équipes de management locales. Elles sont en charge des différentes entités et gèrent leurs activités tout en informant et en échangeant régulièrement avec les responsables de leurs lignes de métiers au sein du groupe Allianz. Ces équipes de management décentralisées ont en outre l'occasion de se rencontrer et d'échanger régulièrement grâce à un programme actif de "Knowledge Management" au plus haut niveau.

L'ensemble de ces efforts conjoints ainsi mis en œuvre par AGF et Allianz ont permis de remporter un certain nombre de succès au cours des derniers exercices comme par exemple la création d'Allianz Global Risks, le redressement de la rentabilité opérationnelle en assurance de Biens et de Responsabilités, la création d'Euler Hermes, les performances en gestion d'actifs...

Le respect des droits des minoritaires

Ce mode de fonctionnement entre AGF et Allianz se veut également respectueux des droits des minoritaires. Depuis le début de leur collaboration, AGF et Allianz ont mis en place un certain nombre de processus afin d'éviter tout conflit d'intérêt faisant figures d'exemples en termes de gouvernement d'entreprise.

Le management d'Allianz n'a ainsi pas d'engagement direct dans la gestion courante des opérations d'AGF qui sont dirigées par des équipes locales aux compétences reconnues.

Par ailleurs, au sein du Conseil d'Administration d'AGF qui compte 14 membres, Allianz ne dispose que de trois sièges, et 4 autres sont occupés par des administrateurs indépendants. Enfin toute décision concernant une transaction intra-groupe doit être soumise au Comité des Conventions présidé par un administrateur indépendant, dont l'approbation est requise avant la réalisation de l'opération et dont les pouvoirs ont été renforcés fin 2005.

* AGF fait partie des quatre sociétés cotées du groupe Allianz au 31.12.05 (Allianz Portugal, AGF, RAS et Allianz Leben).

Organisation

Les raisons de la nouvelle organisation

AGF a initié une évolution importante dans son organisation. Le groupe Allianz a souhaité internationaliser son management et adopter le statut de société européenne. Dans ce cadre, et sur proposition d'Allianz, le Conseil d'Administration d'AGF a autorisé Jean-Philippe Thierry à rejoindre le Directoire du groupe Allianz à compter du 1^{er} janvier 2006. Cette évolution ne pouvait se faire que par la mise en place d'un périmètre cohérent et dans le respect le plus strict des règles de gouvernance d'entreprise. Après avoir mûrement réfléchi, il fallait naturellement respecter deux conditions : les responsabilités de Jean-Philippe

Thierry au sein du groupe Allianz devaient évidemment couvrir le périmètre actuel d'AGF, et le fonctionnement opérationnel d'AGF devait être organisé de manière appropriée.

Sur proposition de Jean-Philippe Thierry, Président-directeur général, le Conseil d'Administration d'AGF SA, réuni le mardi 11 octobre 2005, a nommé deux Directeurs généraux délégués à compter du 1^{er} janvier 2006 : Laurent Mignon et François Thomazeau.

Il a également confié à Laurent Mignon la responsabilité opérationnelle d'AGF France, dont il présidera le Comité Exécutif qui sera modifié à cette occasion.

Jusqu'au 31 décembre 2005,
l'organisation managériale du Groupe était la suivante :



Louis de Montferrand
Directeur général adjoint
AGCI

Laurent Mignon
Directeur général
Vie et Services Financiers

Jean-Philippe Thierry
Président-directeur général

François Thomazeau
Directeur général
International - Fonctions centrales

Jean-François Lequoy
Directeur général adjoint
Direction financière

Nouvelle organisation 2006

Le Conseil d'Administration d'AGF a nommé deux Directeurs généraux délégués



Laurent Mignon

Directeur général délégué

AGF France :

*AGCI, Vie et Services Financiers,
Santé et Collectives, Direction
Administrative et Financière,
Direction des investissements,
Direction des ressources humaines
et de la communication interne,
Direction de la stratégie
et du développement*



Jean-Philippe Thierry

Président-directeur général

*Audit, Communication financière,
Secrétariat international*



François Thomazeau

Directeur général délégué

Fonctions centrales :

*Secrétariat Général, Direction juridique,
Direction de la fiscalité,
Direction de la réassurance*

Coordination des entités hors de France :

*PDG de la holding AGF International
rapportant au conseil d'AGF SA*

*Vice-Président de Mondial Assistance
et d'Euler Hermes*

Directeur des investissements France

Un Comité AGF SA a été créé, réunissant le Président-directeur général Jean-Philippe Thierry et ses deux Directeurs généraux délégués (Laurent Mignon et François Thomazeau). Il a pour mission d'examiner et de valider les sujets qui relèvent du groupe consolidé AGF. Il se réunit selon une périodicité de 6 semaines.

Une gouvernance simplifiée : organigramme des principales entités opérationnelles du Groupe



Nouvelle équipe AGF France

Afin de simplifier ses structures et de rendre plus efficace son fonctionnement, le groupe AGF a décidé de rassembler ses activités en France, à l'exception des activités d'Euler Hermes et de Mondial Assistance, au sein d'une entité "AGF France". La responsabilité opérationnelle d'AGF France a été confiée à Laurent Mignon, qui en préside le Comité Exécutif. Ce dernier a été modifié par l'entrée de trois nouveaux membres : Gilles Johanet nommé directeur général adjoint, Patrick Dixneuf et Gilles-Emmanuel Bernard. Les responsabilités du Comité Exécutif sont désormais réparties de la manière suivante :



Laurent Mignon
Président du Comité Exécutif



Louis de Montferrand
Directeur général adjoint

AGCI : C^d Agents Généraux, C^d Courtage IARD, IARD Particuliers, IARD Entreprises et Professionnels, Indemnisation, Pilotage, Grands Comptes, AGF La Lilloise



Gilles Johanet
Directeur général adjoint

Santé et Collectives : Santé Individuelle, AGF Collectives, Pilotage



Gilles-Emmanuel Bernard

Direction des Ressources Humaines et de la Communication Interne : DRH (personnel administratif), DGPC (commerciaux), Communication interne



Patrick Dixneuf

Direction Administrative et Financière : Comptabilité, Pilotage et contrôle des risques, Organisation (dont Sox, SAFIR, ...), Systèmes d'information, Moyens Généraux, Achats



Jean-François Lequoy
Directeur général adjoint

Vie et Services Financiers : Vie Individuelle, Banque AGF, AGF AM, AGF Private Banking, AGF FinanceConseil, DCPI, W Finance, DPMS



François Thomazeau
Directeur général délégué

Direction des Investissements : Gestion actif/passif, Private equity, Opérations financières, Immobilier

Les autres comités

LE COMITÉ DE DIRECTION GÉNÉRALE (CDG au 2 janvier 2006)

CDG France

Laurent Mignon
François Thomazeau
Jean-François Lequoy
Louis de Montferrand
Gilles Johanet
Gilles Emmanuel Bernard
Patrick Dixneuf
Paul-Camille Bentz
René Bergère
Richard Bonfils
Gérard Bonnet
Géraud Brac de La Perrière
Jean-François Bruno
Alain Burtin
Jacques Caba
Michel Campeanu
Hugues de Roquette-Buisson
Laurent Doubrovine
Daniel Fortuit
Michael Horr
David Horvat
Jean-Yves Julien
Philippe Michel Labrosse
Murielle Lemoine
Bertrand Letamendia
Dominique Monera
Patrick Mortagne
Jean-Marc Paroissien
Pierre Persico
Marc Renard

CDG Hors de France et Filiales

Klaus Dührkop
Robert Franssen
Clemens Von Weichs
Vicente Tardio
Henri J.Ej Van Lent

LE COMITÉ D'ENTREPRISE COMMUN

Jean-Jacques Cette, *Secrétaire*
Philippe Moscova, *Secrétaire adjoint*

L'ESPACE CAP

Conseil et Accompagnement
Professionnel

Au sein de la DRH Groupe, l'Espace Conseil et Accompagnement Professionnel constitue un service spécifique qui propose aux collaborateurs quatre types de prestations :

- L'accompagnement Personnel et Professionnel qui s'adresse aux salariés ayant besoin d'une aide pour sortir d'une situation professionnelle difficile.

- Le bilan personnel et professionnel dont la méthodologie est proche de celle des bilans de compétences pratiqués en cabinet et qui est assorti si nécessaire d'une aide à la recherche de poste (analyse des annonces, simulation d'entretiens...).

- Le coaching selon les mêmes modalités que celles appliquées en cabinet avec une disponibilité et une souplesse plus grandes.

- L'accompagnement des collaborateurs qui souhaitent s'engager dans une démarche de Validation des Acquis de l'Expérience (VAE).

Chaque année,
environ 90 collaborateurs
et managers sont accompagnés
par l'Espace Cap

Gérer la diversité au quotidien

Recruter les talents

En 2005, la politique de recrutement d'AGF est placée sous le signe de la diversité.

Dans son objectif d'anticiper le renouvellement de ses effectifs (départ à la retraite des papy boomers) et d'accroître le champ des compétences qui composent l'entreprise, AGF a augmenté ses recrutements de 14 % en 2005.

Cette tendance continuera de s'accroître dans les prochaines années de façon spécifique puisque AGF finalise aujourd'hui un projet de gestion prévisionnelle des emplois et des compétences à la source de son programme de diversité et de recrutement interne et externe.

Souhaitant inscrire son action RH dans un discours de preuve, et en vue d'attirer des profils divers, le Groupe a mis en œuvre un concept original de relation avec les écoles de commerce, d'ingénieurs et universités.

Premiers acteurs de la diversité et de la culture d'AGF, les collaborateurs sont au centre de ce dispositif. Ainsi, des "campus managers" prennent la parole et rencontrent les étudiants lors de forums, de déjeuners, de tables rondes...

L'objectif : parler de son métier, de son parcours et des changements que connaît l'entreprise. C'est aussi l'occasion pour les collaborateurs de découvrir les attentes et les interrogations des jeunes qu'ils auront, demain, à intégrer dans leurs équipes. AGF invite les candidats à rencontrer ses spécialistes du recrutement.

Afin de détecter de jeunes talents, venus de tous horizons, le Groupe a organisé comme chaque année le **Prix AGF Campus**. Il s'adresse aux étudiants qui cherchent un partenaire pour mettre en œuvre un projet économique, humanitaire, environnemental ou sportif. Ce Prix est également l'occasion pour eux de découvrir un groupe de dimension internationale, aux métiers variés. De son côté, le Groupe souhaite renforcer ses liens avec les étudiants et, grâce à cinq projets sélectionnés, s'engager pleinement à leurs côtés.

Le Prix AGF Campus est un produit "vitrine" pour les jeunes talents et l'expression d'un message-employeur qui en interne valorise les collaborateurs et les incite à devenir les porte-paroles de leur entreprise.

La diversité des métiers reflète celle des activités d'un groupe en mouvement. Chaque pôle d'activité recèle des métiers spécifiques (gestionnaire d'actif, gestionnaire de patrimoine) ou transverses (actuaire, chef de produit, contrôleur de gestion). Cette année, le Groupe a orienté le recrutement de jeunes diplômés sur les postes de chargé d'affaires et d'études financières, de souscripteur, de chargé d'organisation, d'actuaire, d'auditeur et de commercial/gestionnaire de patrimoine.

Développer les talents

AGF a fait le choix de mettre l'accent sur la formation tout au long de la vie professionnelle, premier facteur de développement individuel. Ce choix est aussi une réponse pour le Groupe à l'évolution rapide de son environnement économique et social et à la complexité de ses métiers. C'est enfin un facteur de motivation et ainsi un générateur de renouveau.

Par exemple, la formation "**Devenir comptable avec AGF**", lancée il y a deux ans, permet chaque année à des collaborateurs issus ou non de cette filière et qui souhaitent exercer le métier de comptable, d'obtenir le BTS Comptabilité et Gestion des Organisations.

Cette formation donne une véritable chance à des personnes qui n'ont pas eu l'occasion, lors de leur formation initiale, de se former et d'obtenir un diplôme reconnu de niveau Bac +2 et les compétences associées.

En outre, le stagiaire fait bénéficier le Groupe et/ou son service de nouvelles compétences en matière de comptabilité et contribue au partage d'expérience.

Pilotes du développement des compétences de leurs collaborateurs, porte-paroles et acteurs de la stratégie du Groupe, les managers bénéficient des services d'un centre de formation interne : "**Le Centre de Perfectionnement au Management**". Parmi les différents programmes proposés, AGF Management occupe une place à part car il concerne l'ensemble de la ligne managériale soit près de 1 400 managers et dirigeants. La deuxième édition a été lancée en 2005. Intitulée "**Changer et faire Changer**", elle se déploiera sur 18 mois. Elle vise à doter chaque manager d'une méthodologie en matière de management du changement comportemental, pour lui-même et ses collaborateurs. Il ne

s'agit pas d'une recette miracle mais d'un entraînement à des techniques d'entretien, d'écoute et de reformulation.

Le développement de la formation contribue à diversifier les parcours des collaborateurs et à fluidifier la mobilité interne, gage de développement personnel, mais aussi de performance pour l'entreprise. En 2005, près de 500 collaborateurs ont changé de poste. Les nombreuses filières professionnelles et filiales du Groupe sont autant d'opportunités à explorer de plus en plus.

Une relation responsable

Un dialogue social permanent

A l'écoute des préoccupations de ses collaborateurs, le Groupe a connu 15 Comités d'Entreprise Centraux. De nombreux accords ont été signés, parmi lesquels figure l'accord sur le dispositif de retraite complémentaire.

Fort de son expérience sur le marché de la retraite, AGF a souhaité accompagner ses collaborateurs dans la constitution d'une véritable retraite complémentaire. Dans cet objectif, le Groupe a mis en place un dispositif supplémentaire avantageux et performant à 3 étages : l'article 83, le PERCo, le PERP.

Ils viennent s'ajouter au système actuel qui comprend les cotisations salariales et patronales obligatoires de la Sécurité sociale et de la retraite complémentaire AGIRC-ARRCO ainsi que le Fonds de Pension Professionnel réservé aux salariés de l'assurance et auquel AGF cotise.

Associer les salariés aux résultats d'AGF

AGF souhaite rémunérer la performance individuelle et collective, dans le respect d'un principe d'équité interne, de compétitivité externe et de cohérence globale.

La rémunération constitue un "package" qui englobe différents éléments :

La rémunération brute annuelle

Les primes exceptionnelles et bonus

Elles permettent d'encourager et de développer la culture de la performance.

L'intéressement

Un accord d'intéressement fondé sur la réalisation d'objectifs collectifs préalablement définis et chiffrés est négocié tous les 3 ans. Quand les objectifs sont atteints, une prime d'intéressement est versée à chaque collaborateur en fonction des modalités de calcul définies par l'accord. En 2005, l'enveloppe globale répartie au titre de l'exercice 2004 s'élève ainsi à 13,264 M€ soit 2,57 % de la masse salariale et 2 M€ au titre de la mesure exceptionnelle "Breton".

La participation

La participation aux fruits de l'expansion de l'Entreprise est une rétribution directe des résultats de l'Entreprise aux salariés. Le montant brut de la participation pour l'exercice 2004 versée en 2005 s'élève à 1 958 436 euros.

Le Plan d'Epargne Entreprise (PEE)

Le Plan d'Epargne Entreprise permet aux salariés qui le souhaitent de placer, dans des Fonds Communs de Placements d'Entreprise (FCPE), les gains perçus au titre de l'intéressement et de la participation, ainsi que des versements volontaires mensuels ou exceptionnels. Les salariés bénéficient également d'un abondement de l'Entreprise, c'est-à-dire d'un versement complémentaire. Les fonds sont bloqués 5 ans, sauf cas de déblocage anticipé prévus par la loi.

Les opérations d'actionnariat salariés Allianz

En 2005, Allianz a mis en œuvre une opération d'actionnariat salariés permettant aux collaborateurs du Groupe et de ses filiales d'acquérir des titres à des conditions tarifaires et fiscales préférentielles. Les salariés bénéficient d'un abondement d'AGF de 18 % (jusqu'à un investissement de 2 000 euros).

L'épargne retraite

L'épargne retraite fait partie du package de la rémunération :

- Au titre de l'article 83, les collaborateurs capitalisent chaque mois pour leur retraite une somme égale à 4 % de leur salaire mensuel : 1 % versé par le collaborateur + 2 % versés par le Groupe + 1 % versé par le Groupe au titre du fonds de pension professionnel.
- Au titre du PERCo, l'entreprise abonde également les versements des salariés.

PERSPECTIVES 2006

Dialogue social

- Elections professionnelles des institutions représentatives du personnel dont la durée de mandat est fixée à 4 ans.
- Négociations avec les organisations syndicales afin de renouveler les accords qui arrivent à échéance et en signer de nouveaux, notamment intéressement et participation.
- Des discussions se poursuivent entre les organisations syndicales et la DRH pour mettre en œuvre l'accord de branche sur la formation professionnelle.

Développement RH

- Evolution de la politique RH de Groupe.
- Mise en œuvre du nouvel entretien annuel d'appréciation = Entretien Annuel de développement.
- Accompagnement de la réforme de la formation professionnelle (passeport formation, DIF, VAE, etc.).
- Développement d'un plan d'actions en vue de favoriser l'intégration des travailleurs handicapés.
- Refonte du programme d'intégration des nouveaux collaborateurs.
- Dans le cadre de la gestion prévisionnelle des emplois et des carrières, l'accent est mis sur le développement d'un référentiel de compétences.

AGF France

Nos clients

Particuliers, professionnels et entreprises : plus de 5 millions de clients font confiance à AGF

Tout à la fois assureur de biens et de personnes, spécialiste du patrimoine, de la protection sociale, de l'assistance et de l'assurance-Crédit, AGF s'adresse naturellement à une très grande diversité de clientèle.

Particuliers, professionnels, petites, moyennes et grandes entreprises : chaque type de clientèle trouve auprès d'AGF une réponse à chacun de ses besoins en matière d'assurance, d'épargne et de gestion du patrimoine.

En matière d'offre, les préférences en termes de relation avec son assureur varient d'un consommateur à l'autre. C'est pourquoi AGF se veut également généraliste dans son approche de la distribution : présent à travers tous les modes de distribution existants sur le marché – agents généraux, conseillers financiers, courtiers et CGPI, partenariats bancaires, VPC... –, AGF se donne les moyens de satisfaire les attentes de tous ses clients potentiels.

Fort de cette double richesse – offre et distribution –, AGF entretient ainsi des relations fortes avec une clientèle particulièrement large et diversifiée.

4,9 millions de clients particuliers et professionnels

Les réseaux d'Agents Généraux, de conseillers financiers et de conseillers Santé AGF comptent essentiellement une clientèle de particuliers, de commerçants, d'artisans, et de professions libérales. Cette clientèle trouve auprès de ces professionnels de l'assurance et des services financiers, écoute, conseil et suivi personnalisé, atouts majeurs de ces réseaux de proximité.

Ces clients AGF sont, en tous points – âge, lieu de résidence, CSP, revenus et patrimoine... – le reflet de la diversité et de la richesse de la population française :

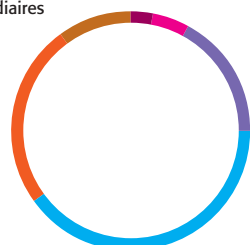
La large couverture du territoire que lui confèrent ses 2 300 agents généraux et ses 3 500 conseillers financiers et santé, permet en effet à AGF de s'adresser aussi bien à une clientèle citadine que rurale et néorurale.

Son offre très riche, conçue pour couvrir les besoins des clients à toutes les étapes de leur vie, explique de la même manière la très grande diversité de sa clientèle en matière d'âge. Les équipes AGF s'attachent particulièrement à développer des offres très ciblées, parmi lesquelles :

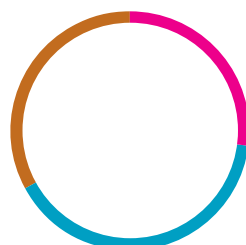
– L'offre auto "Jeunes Familles", un contrat d'assurance auto spécialement conçu pour les couples de moins de 40 ans, avec ou sans enfant.

Reflet de la diversité et de la richesse de la population française

- Agriculteurs
- Professions indépendantes
- Professions intermédiaires et supérieures
- Employés
- Retraités
- Autres



- Moins de 40 ans
- 40 - 60 ans
- Plus de 60 ans



- -2 000 habitants
- Villes moyennes
- Paris et grandes villes



> **Ambition, Confiance, Talent, Performance**
sont les quatre valeurs AGF.

Choisies pour guider les collaborateurs dans leur action au quotidien, elles sont la traduction des comportements que l'entreprise promeut et encourage, tout particulièrement dans le cadre des relations avec ses clients.

– AGF 100 % Retraite, solution retraite qui cumule les avantages du PERP et de l'assurance Vie, particulièrement adaptés aux attentes des actifs de 30 à 50 ans désireux à la fois de se constituer un capital retraite et de mettre en place des solutions de financement d'un complément de revenus à vie.
– AGF Latitude Senior, une couverture santé "à la carte" qui correspond exactement aux besoins spécifiques des seniors.

300 000 entreprises et institutionnels

Au-delà de son activité de détail, AGF est également un partenaire majeur pour les entreprises et les collectivités. En effet, AGF prend en charge, conseille et gère la trésorerie ou les actifs de 300 000 entreprises – PME, grandes et très grandes entreprises – collectivités et autres institutionnels, en France et dans le monde. AGF assure notamment la protection sociale des salariés de 70 000 entreprises, ce qui représente 2,5 millions de bénéficiaires en santé, prévoyance, retraite et épargne salariale.

La relation client, une préoccupation permanente et un engagement : être proche de ses clients tout au long de leur vie

La qualité de la relation client constitue aujourd'hui plus que jamais une priorité pour AGF qui se mobilise afin que ses conseillers et ses agents développent, avec chacun de leurs clients, une relation de proximité fondée sur l'écoute, le dialogue et le professionnalisme, et qu'ils les accompagnent à chaque étape de leur vie.

Forts de cet engagement, les clients AGF sont ainsi assurés de bénéficier, demain comme aujourd'hui, de solutions toujours personnalisées et actualisées, tant en matière de protection du foyer que de développement de leur patrimoine financier.

Cette proposition de valeur se construit chaque jour et nécessite une orientation très forte de l'entreprise vers les clients, afin de mieux les connaître, les accompagner et leur proposer les offres les plus adaptées.

Face à cet enjeu, le Pôle Vie et Services Financiers du Groupe a ainsi mené en 2005 une vaste réflexion sur ce thème qui a abouti à la mise en œuvre :

- d'une nouvelle segmentation clientèle,
- d'un plan d'intensification du suivi et des contacts clients,
- d'une nouvelle structure marketing résolument orientée clients.

Ce projet, baptisé Projet Clients, se poursuit et a été étendu à l'ensemble du groupe AGF.

LA GESTION DE FORTUNE

4 000 clients très fortunés

– dirigeants actionnaires d'entreprises familiales, salariés et professions libérales à très forts revenus et dirigeants salariés de sociétés cotées notamment – bénéficient auprès d'AGF Private Banking, structure du groupe AGF dédiée à la Gestion de Fortune, de conseil et de service adaptés à leur situation et leurs exigences.

Ces clients ont accès à une offre centrée sur l'ingénierie patrimoniale, la gestion sous mandat, les produits d'assurance Vie et les crédits à vocation patrimoniale.

Nos réseaux

Agents Généraux

2^e réseau de France

Le réseau des Agents Généraux du groupe AGF distribue auprès de sa clientèle IARD, les assurances de Biens et de Responsabilités, l'ensemble de la gamme de produits d'assurance Vie et de Services Financiers, ainsi que l'offre Santé. Présent dans toute la France, il compte plus de 3 000 000 de clients particuliers, professionnels et dirigeants de TPE et PME.

Les Agents Généraux s'appuient sur les atouts que sont la "proximité" et "la durée" dans leur relation avec les clients.

Activité Biens et Responsabilités

2005 a été l'année de la stabilisation du portefeuille automobile et des premiers signes de reprise en Biens et Responsabilités.

Faits marquants 2005

Le chiffre d'affaires 2005 en assurances de Biens et Responsabilités généré par le réseau Agents Généraux est de 2,2 Mds€. Les nombreuses opérations commerciales lancées au cours de l'année dans l'assurance automobile via l'opération "Jeunes Familles" ont été largement suivies par le réseau.

2005 est également l'année du démarrage d'un important plan de développement du réseau d'Agents Généraux AGF à l'horizon 2008. Ce plan a un double objectif :

- accroître sensiblement le nombre d'agences afin de faire face à la concurrence des mutuelles et des bancassureurs,
- donner aux Agents Généraux des moyens supplémentaires afin d'assurer leur croissance tant en nombre de clients qu'en chiffre d'affaires

Perspectives 2006

Le réseau d'Agents Généraux AGF du pôle Biens et Responsabilités a deux défis majeurs à relever :

- maintenir le niveau de rentabilité atteint en 2004-2005,
- et renouer avec la croissance en matière de contrats en IARD.

Activité Vie et Services Financiers

Un axe de développement stratégique pour les Agents Généraux

L'activité Vie et Services Financiers constitue un axe majeur de croissance pour les Agents Généraux. Cette stratégie s'appuie sur une large gamme de produits : le nouveau contrat multi-support Tellus Avenir (placement et retraite), le PERP AGF Pleine Retraite, la gamme de produits de prévoyance ainsi que l'ensemble des services financiers de la Banque AGF.

Elle s'articule autour de deux grands axes de développement :

- la multidétention, notamment en équipant la clientèle de produits Vie (épargne, prévoyance, retraite) et de services financiers,
- l'optimisation des programmes de développement mis en place avec les Agents Généraux spécialisés, sur le marché de la gestion de patrimoine.

Faits marquants 2005

Les Agents Généraux ont confirmé leur excellent dynamisme commercial, remarquable en assurance Vie Individuelle :

- le chiffre d'affaires a progressé de +24 % par rapport à 2004 : 785 M€ à fin 2005,
- en outre, la vente d'unités de compte est en progression constante depuis le début de l'année. La collecte a ainsi atteint 85 M€, soit +91 % par rapport à 2004.

Ces succès sont le fruit d'une forte mobilisation du réseau mais aussi de l'inspection, notamment celle du patrimoine qui anime les Agents Généraux plus orientés vers ce segment de marché. Ils bénéficient, en plus d'une animation spécifique, d'un programme de formation renforcé et d'outils adaptés.

Durant cet exercice, la gamme mise à la disposition du réseau a été enrichie :

- depuis novembre 2005, un nouveau contrat, nommé Tellus Avenir, intègre de nouvelles fonctionnalités, de nouveaux profils d'investissement et de nouvelles unités de compte,
- de nouveaux outils de délégation en agence ont été développés

> Chiffre d'affaires assurance Vie Individuelle en augmentation de +24 %

pour faciliter la démarche commerciale des Agents Généraux dans le cadre de l'harmonisation de la gestion de leur portefeuille.

Perspectives 2006

Le réseau Agents Généraux confirme sa volonté de poursuivre son fort développement commercial en Vie et Services Financiers. Le Groupe prévoit de faire bénéficier ses Agents Généraux de plusieurs actions :

- une animation accrue pour intensifier les pratiques commerciales sur le marché de l'épargne et de la retraite,
- de nouvelles formations destinées à approfondir la culture financière des Agents Généraux et à renforcer leur démarche commerciale concernant le crédit épargne,
- des outils et des services permettant de se concentrer sur leur développement commercial,
- et une démarche active sur les produits bancaires (crédit épargne et crédit consommation) dans une logique de fidélisation de la clientèle IARD.

Activité Santé et Collectives

Dynamisme commercial

Le dynamisme du réseau d'Agents Généraux en Santé s'appuie sur une large gamme de produits d'assurances complémentaires récompensée dans la presse : Latitude, sur sa nouvelle gamme Senior ainsi que sur des services innovants offerts à l'ensemble des assurés Santé AGF.

L'offre Prévoyance et Retraite, renforcée de nouveaux produits en 2004, permet quant à elle d'apporter une réponse à toutes les attentes des clients, Particuliers ou Entreprises.

C'est également dans une démarche constante d'amélioration du service rendu à sa clientèle qu'AGF Santé-Collectives poursuit son activité.

Faits marquants 2005

Dans un contexte mouvant marqué par la réforme de l'assurance maladie (mise en œuvre du parcours de soins, définition du contrat dit responsable...), l'excellent dynamisme commercial des Agents Généraux en assurance Santé Individuelle, a permis une progression de la production nouvelle nette de +50 % par rapport à 2004 : soit une production record de 36 M€ à fin 2005.

Cette production exceptionnelle est aussi le résultat des 2 temps forts décidés et animés par la Direction Commerciale durant l'année 2005.

2005 a été également l'année du développement des outils d'aide à la vente mis à disposition du réseau. Ils ont permis aux Agents Généraux de simplifier le service de proximité rendu à leur clientèle.

L'offre produit s'est enrichie quant à elle d'un nouveau produit Senior qui a permis aux agents de mieux se positionner mieux sur cette cible.

Perspectives 2006

3 enjeux majeurs en Santé-Collectives :

- poursuivre le dynamisme commercial engagé en 2005,
- préserver le portefeuille des sollicitations de la concurrence,
- accroître la multipossession de la clientèle.

Pour répondre à ces 3 défis, plusieurs actions sont déjà programmées. Le développement sur l'offre frais de soins sera dynamisé par le lancement d'une nouvelle gamme de produits responsables et d'un nouveau produit dépendance.

Le développement des outils commerciaux sera poursuivi.

Par ailleurs, des actions portant sur la défense du portefeuille seront menées en collaboration avec le réseau. La multipossession sera quant à elle encouragée par la promotion des services offerts et la mise en œuvre d'actions commerciales efficaces.

CHIFFRES CLÉS
AGENTS GÉNÉRAUX AGF

2^e réseau d'Agents Généraux en France

- 2 300 Agents Généraux
- 4 800 collaborateurs
- 2 600 points de vente répartis sur l'ensemble du territoire français
- 6 Directions Régionales

CHIFFRES CLÉS
COURTIERS PARTENAIRES

L'un des trois acteurs majeurs sur le marché français en assurances dommages

- Un réseau de 1100 courtiers partenaires et informatisés
- 6 Directions Régionales et 1 Espace Courtage parisien

Courtiers partenaires

Un réseau de courtiers IARD de proximité

L'implantation des équipes Courtage IARD à Bordeaux, Lille, Lyon, Nantes, Marseille et Strasbourg ainsi qu'en Ile-de-France, couvre les principales places de courtage de l'Hexagone. Cette présence d'AGF dans les grandes villes françaises lui permet d'offrir à ses courtiers, des services de proximité. En outre, ses différentes structures d'animation commerciale font bénéficier ses courtiers partenaires, d'actions et d'outils en adéquation avec les attentes et les besoins spécifiques de leur clientèle locale.

Faits marquants 2005

Cette première année d'exercice de la Direction Commerciale Courtage – créée fin 2004 –, a initié une bonne dynamique de relance au sein de ce réseau, tout en fédérant ses 6 directions régionales autour d'une approche plus harmonisée.

En 2005, le portail extranet – Courtage AGF – dédié aux courtiers a été enrichi de nouvelles fonctionnalités. Celles-ci ont l'avantage d'élargir l'offre d'assurances (multirisques professionnelle, protection juridique, santé) et de simplifier les actes de souscription et de gestion, notamment sur la partie comptable des flux compagnie/courtiers.

L'échange de données informatisées s'est bien développé, ce qui a limité en particulier les doubles saisies. En parallèle, les informations ont été mieux fiabilisées. Ces progrès effectués cette année devraient se confirmer en 2006.

Perspectives 2006

L'un des enjeux stratégiques importants pour l'année à venir, sera de préserver l'équilibre technique des portefeuilles.

En 2006, la qualité des actions commerciales et des partenariats avec les courtiers doit être optimisée. Dans cet objectif, plusieurs axes de progrès sont envisagés. La politique de souscription devra gagner en transparence. La valeur ajoutée des services sera améliorée afin de mieux accompagner les courtiers dans leurs démarches de prospection et de fidélisation.

Ces efforts visent à favoriser la transversalité du réseau pour que les courtiers connaissent bien l'étendue de l'offre AGF et montent ainsi en puissance auprès de leur clientèle.

Par ailleurs, les nouveaux produits lancés en 2005 sur les marchés des TPE et PME vont permettre de mieux positionner les courtiers partenaires sur ces segments à fort potentiel. De plus, les outils de tarification mis en place sur cette nouvelle gamme diminueront significativement les délais de cotation sur ces affaires, d'où une réactivité accrue de la compagnie.

Enfin, un plan d'actions commerciales va être lancé sur l'ensemble des marchés pour appuyer les équipes "terrain" dans leur relance d'une souscription plus sélective et renforcer leur image de multispécialiste.

Partenariats IARD

LCL – Le Crédit Lyonnais

Assurance Dommages en tête avec Les Assurances Fédérales IARD

La société Les Assurances Fédérales IARD est détenue à 60 % par AGF Holding – via la holding Assurances Fédérales BV – et à 40 % par Pacifica. Cette entreprise est responsable du développement du partenariat avec LCL – Le Crédit Lyonnais, en matière d'assurance Dommages. L'accord initial entre ces deux parties date de 1996. Il concerne une large gamme d'assurances : automobile, multirisques habitation, santé, accidents de la vie ainsi que les garanties d'assistance liées à ces produits. Ces différentes offres sont commercialisées par les 1 900 agences de LCL – Le Crédit Lyonnais.

Faits marquants 2005

Le 2 mai 2005, 35 % du capital des Assurances Fédérales IARD ont été cédés par Assurances Fédérales BV à la société Pacifica. En 2005, les Assurances Fédérales IARD ont poursuivi leur croissance avec une progression des assurances de personnes supérieure à celle des assurances de Biens et Responsabilités. Par ailleurs, les résultats techniques des Assurances Fédérales IARD ont continué de s'améliorer.

Perspectives 2006

Un développement accru du volume d'activité est prévu pour l'exercice à venir. Les opérations de communication effectuées par LCL – Le Crédit Lyonnais sur l'assurance dommages, les animations commerciales spécifiques ainsi que des garanties optimisées permettent d'envisager un excellent exercice 2006.

Les 3 Suisses

CALYPSO et sa plate-forme téléphonique

CALYPSO est une société intégralement contrôlée par AGF IART, dédiée au partenariat entre le groupe AGF et les 3 Suisses. Créée en 1999, CALYPSO est une compagnie d'assurances dommages qui commercialise des produits automobile, multirisques habitation, accidents de la vie ainsi que l'assurance des animaux domestiques. Ses cibles de clientèle sont constituées par le portefeuille clients des 3 Suisses et de Blanche Porte. La vente des contrats est réalisée par la plate-forme téléphonique CALYPSO, située à Noisy-Le-Grand.

Faits marquants 2005

Cette année a été marquée par le repositionnement de l'offre assurance automobile et par la relance des ventes à partir du dernier trimestre 2005.

Autre événement majeur de cet exercice : CALYPSO a fusionné avec la société QUALIS afin de regrouper les entités de la direction des partenariats.

Perspectives 2006

Outre la poursuite de la relance commerciale amorcée fin 2005, le coût d'acquisition des contrats devrait être optimisé. Dans cet objectif, une meilleure visibilité sur le site Internet du partenaire et un module de simulation tarifaire à disposition de l'internaute sont envisagés pour dynamiser ce canal de vente d'assurance Dommages aux clients du groupe 3 Suisses.

CHIFFRES CLÉS

Partenariats IARD

- Chiffre d'affaires : 120,4 M€ en augmentation de 14,3 % dont :
43,4 M€ en MRH (+12,6 %)
25,0 M€ en automobile (+13,1 %)
27,0 M€ en GAV (+17,8 %)
25,0 M€ en Santé (+15,1 %)
- Ratio combiné net 2005 : 84,3 % (86,0 % en 2004)

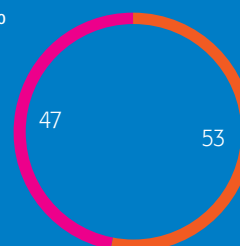
Calypso

- Chiffre d'affaires : 15 023 K€
- Portefeuille : 46 724 contrats dont 30 146 automobile
- 130 000 appels traités
- Taux de décroche Vente : 94 %

CHIFFRES CLÉS CONSEILLERS FINANCIERS

- Chiffre d'affaires Vie Individuelle : 2 057 M€
- 560 conseillers certifiés par l'association CGPC (Conseillers en Gestion de Patrimoine Certifiés)
- Hausse du nombre de vendeurs : +6 %
- Crédits épargne financés : 134 M€ en hausse de 25 %

- Les supports en unités de compte représentent désormais près de 47 % du chiffre d'affaires Vie



Répartition
unités de compte/euros

En pourcentage
■ Euros
■ Unités de compte

Conseillers financiers

AGF FinanceConseil

Un acteur de référence en gestion de patrimoine

Dans un contexte de marché très exigeant et évolutif, AGF FinanceConseil est un réseau reconnu en France dans le domaine du conseil patrimonial et financier. Il comprend plus de 3 000 conseillers qui distribuent une large gamme de produits et services correspondant aux différentes attentes patrimoniales des particuliers :

- des produits d'assurance Vie (épargne, retraite, prévoyance individuelle),
 - des produits bancaires dont les crédits de la Banque AGF et des services financiers,
 - des produits immobiliers (pierre ou papier),
 - des produits d'épargne salariale et de retraite d'AGF Collectives.
- AGF FinanceConseil poursuit sa stratégie de développement ambitieuse via une adaptation constante de son offre, un accompagnement accru de ses clients dans les étapes clés de leur vie, une intégration complète d'outils informatiques et commerciaux performants. Une politique de formation active vient compléter ce dispositif.

Faits marquants 2005

Le 19 janvier 2005 a eu lieu le lancement de la nouvelle identité du réseau, porteuse d'une forte dynamique de croissance. AGF FinanceConseil est désormais en parfait "ordre de marche". Ainsi, cette année, malgré un contexte de changements internes importants, les principaux objectifs commerciaux ont été atteints. La segmentation de la clientèle a été affinée pour permettre une approche commerciale et un suivi différenciés en fonction du profil du client. Les actions commerciales tournées vers les unités de compte, OPCVM et fonds structurés ont été réussies. La clientèle disposant de contrats d'assurance Vie a été fidélisée en la faisant bénéficier d'une offre de crédit à taux avantageux.

De nombreuses approches spécifiques, dédiées à la conquête de clientèles à potentiel, ont été menées ; une approche auprès des femmes, avec une offre retraite spécifique, a été notamment mise en œuvre.

Pour garantir à ses clients une valeur ajoutée toujours plus grande en termes d'expertise patrimoniale et financière, AGF FinanceConseil a continué en 2005 d'investir dans le domaine des ressources humaines :

- l'ensemble des conseillers financiers a bénéficié d'un nouveau cycle de formation sur le thème de la vente financière,
- de nombreuses actions ont été mises en œuvre pour favoriser le recrutement de conseillers, augmentant ainsi la "force de frappe commerciale",
- en septembre 2005, de nouveaux statuts de rémunération des équipes de vente ont été définis, favorisant la motivation individuelle et collective, dans le cadre des objectifs de l'entreprise,
- enfin, une grande enquête auprès de tous les collaborateurs a été menée fin 2005 pour mieux connaître leurs attentes professionnelles et managériales, illustrant ainsi la politique volontariste de fidélisation du réseau.

Perspectives 2006

Fort de ses nombreux atouts sur un marché dynamique, AGF FinanceConseil souhaite accroître considérablement son activité commerciale en 2006. Plusieurs leviers sont identifiés :

- l'augmentation de la taille du réseau (750 recrutements),
- une meilleure utilisation de tous les moyens de contact clients pour accroître la productivité commerciale,
- le recrutement de nouveaux clients sur les segments à potentiel, et sur la clientèle haut de gamme, grâce aux pôles patrimoniaux et à la Gestion Privée AGF,
- la conception de produits innovants, l'adaptation réactive de produits existants, pour disposer d'une offre toujours plus adaptée, par segment, et intégrant davantage de produits bancaires,
- une approche plus ciblée et différenciée sur le marché de la retraite,
- et enfin, le maintien et le développement d'une politique RH favorisant la bonne intégration des vendeurs.

> AGF FinanceConseil
est la 1^{re} organisation
de conseillers en gestion
de patrimoine, certifiés
en France

W Finance

Des solutions patrimoniales haut de gamme

Riche de plus de trente ans d'expérience, W Finance est un établissement financier qui conçoit, gère et diffuse des solutions patrimoniales pour une clientèle de particuliers haut de gamme. Cette entité déploie également une offre de services spécifiques, dédiés aux entreprises et aux institutionnels. W Finance développe son activité principalement via son réseau de conseillers financiers, implanté sur l'ensemble du territoire métropolitain et dans les départements d'Outre-Mer. Son champ d'intervention s'articule autour de trois axes :

- les valeurs mobilières à travers une gamme de supports originaux et diversifiés,
- l'assurance Vie multisupport, par l'intermédiaire de sa filiale Coparc, spécialisée dans les unités de compte,
- et l'immobilier d'investissement orienté notamment vers les SCPI de la société Immovalor Gestion, détenue en commun par W Finance et Banque AGF.

Faits marquants 2005

Au cours de l'exercice 2005, W Finance a su exploiter la conjoncture favorable sur ses marchés. Son activité commerciale a connu ainsi une progression importante, avec notamment une collecte nette très positive et supérieure à 2004. Celle-ci s'est appuyée sur les axes suivants :

- le développement du segment "personnes morales",
- une bonne dynamique d'innovation produit et de lancement de supports, OPCVM et produits structurés, adaptés à la conjoncture,
- et une démarche volontariste visant à privilégier les supports en unités de compte dans le cadre de l'assurance Vie.

En 2005, W Finance a su adapter son canal de distribution historique, W Finance Conseil, à travers une optimisation de son organisation, un effort de développement de ses outils (CRM), et de nouveaux statuts pour les commerciaux afin, notamment, de renforcer l'adéquation entre les leviers de rentabilité de l'entreprise et le mode de rémunération des conseillers. Par ailleurs, une politique de recrutement plus sélectif a permis de réduire le "turnover" tout en augmentant le nombre des nouveaux entrants dans l'activité.

Dans le même temps, le lancement d'un nouveau canal de distribution, W Finance Partner, doit permettre de développer plus fortement encore l'accès aux clients à travers le recrutement de conseillers indépendants dans le cadre d'une franchise.

Perspectives 2006

L'activité et les objectifs 2006 sont fortement orientés vers le développement des réseaux commerciaux W Finance Conseil et W Finance Partner.

Côté W Finance Conseil

L'accélération du développement du réseau de 154 conseillers financiers W Finance Conseil, par le recrutement et "la mise en réussite" de nouveaux entrants et la montée en gamme des conseillers "senior" sur des créneaux tels que la trésorerie des PME et la transmission d'entreprise.

Côté W Finance Partner

Ce jeune réseau de conseillers indépendants franchisés – lancé en 2005 – sera consolidé. Enfin, pour actualiser sans cesse les techniques commerciales des équipes, ces deux réseaux bénéficieront d'un centre de formation dédié.

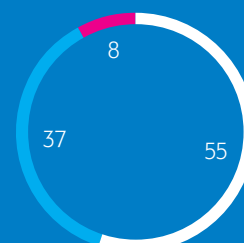
CHIFFRES CLÉS W FINANCE

- 154 conseillers financiers
- 4 cabinets de franchisés W Finance Partner
- Une collecte nette de 56 M€
- 78 % de la collecte en assurance Vie constituée par les supports en unités de compte
- Au 31 décembre 2005, 1 773 M€ d'actifs gérés, soit une progression de 12 %.

Répartition des actifs gérés par W Finance

En pourcentage

- Assurance Vie
- Valeurs mobilières
- SCPI

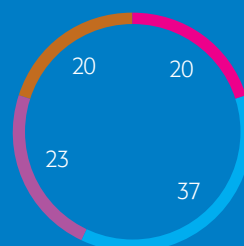


CHIFFRES CLÉS DCPI

■ Chiffre d'affaires total : 974 M€,
soit une hausse de +88 %

■ Chiffre d'affaires
du Courtage Vie : +17 %

■ Chiffre d'affaires
de Génération Vie : +41 %



974 M€ chiffre d'affaires DCPI

Répartition du chiffre d'affaires DCPI par entité

En pourcentage
■ Autres partenariats
■ Génération Vie
■ AVIP
■ Courtage Vie

Courtage, Partenariats et Indépendants du Patrimoine

Une force de distribution très présente

La Direction Courtage, Partenariats et Indépendants du Patrimoine (DCPI) regroupe les entités et les filiales du groupe AGF qui distribuent leurs produits et leurs services via des réseaux non propriétaires : Arcalis, Génération Vie, AVIP, et le Courtage Vie. La DCPI est ainsi présente sur tous les canaux de la distribution indépendante :

- via **AVIP**, auprès des Conseillers en Gestion de Patrimoine Indépendants (CGPI),
- par le **Courtage Vie**, auprès des courtiers et des spécialistes Vie,
- et avec **Arcalis**, auprès des institutions financières, banques (françaises ou étrangères) et sociétés de Bourse avec lesquelles AGF noue des partenariats de distribution et propose ses services de gestion privée haut de gamme.

La distribution indépendante en plein essor

Actuellement, le partenariat le plus important est représenté par l'entité **Génération Vie** – filiale commune d'Arcalis et d'Oddo & Cie –, qui conçoit des contrats d'assurance Vie multisupport haut de gamme, destinés aux clients de la société Oddo & Cie. Par ailleurs, elle intervient sur le canal des opérateurs funéraires avec une gamme de contrats obsèques.

D'une façon générale, l'offre conçue par la DCPI s'adresse à une clientèle haut de gamme et se compose de contrats multisupport, multigestionnaire, enrichis de nombreuses options innovantes. Dans cette optique, la DCPI crée aussi des produits sophistiqués, destinés aux clientèles de gestion privée du groupe AGF.

La part de la distribution indépendante dans le marché français de l'assurance Vie est en forte croissance depuis quelques années. C'est donc sur un canal particulièrement dynamique que la DCPI déploie ses activités.

Faits marquants 2005

En 2005, la DCPI a enregistré d'excellents résultats. Son chiffre d'affaires total atteint 974 M€, en hausse de 88 % par rapport à celui de 2004.

Cette croissance s'explique d'abord par la forte progression de **Génération Vie** grâce au renforcement des liens avec Oddo & Cie (qui s'est traduit par sa montée en capital à hauteur de 35 %) et à l'enrichissement de la gamme de produits et des fonctionnalités associées.

L'entité **Courtage Vie** retrouve cette année la voie du développement avec un chiffre d'affaires en hausse de +17 % par rapport à 2004. Ces performances sont dues à la nouvelle stratégie de reconquête et au nouveau contrat multisupport, multigestionnaire – Gaipare Selectissimo – mis en œuvre avec l'association GAIPARE.

En ce qui concerne les partenariats, l'année 2005 a été marquée pour l'entité Arcalis par la conquête et le lancement d'un plan de développement ambitieux avec un nouveau partenaire (LCF ROTHSCHILD). Une stratégie de partenariat fortement orientée vers les banques privées et la clientèle de gestion privée a été définie et mise en œuvre.

Intégration d'AVIP

Quant à AVIP, son chiffre d'affaires a été maintenu dans un contexte d'intégration au sein de la DCPI.

De nombreux travaux ont été menés en 2005 pour associer pleinement AVIP à la stratégie d'AGF sur le marché de la distribution indépendante :

- le démarrage du projet de migration des systèmes d'information,
- les liens partenariaux entre la Banque Martin Maurel et AVIP à travers Martin Maurel Vie, ont fait l'objet de nouvelles fondations, marquées par la volonté commune de redévelopper le courant d'affaires : un nouveau produit, BMM Latitude, a été commercialisé afin de relancer la croissance,
- et le lancement d'AVIP Multilib, contrat multisupport et multigestionnaire.

Une organisation optimisée

Trois actions ont été menées afin de mieux accompagner le développement des réseaux indépendants :

- la création d'une nouvelle Direction Marketing pour enrichir et développer l'ensemble des gammes de produits et services,
- la réorganisation de l'équipe commerciale du Courtage Vie afin de dynamiser la conquête de nouveaux courtiers Vie,
- et la mise en place d'une Direction du Développement au sein d'AVIP.

Perspectives 2006

Le fort développement de l'activité Vie et Services Financiers via la distribution indépendante portée par la DCPI, reste un axe stratégique majeur en 2006 sur l'ensemble des segments. Sur ce marché exigeant, les capacités d'innovation produits, de réactivité et de services à valeur ajoutée resteront les facteurs clés de réussite pour les intermédiaires comme pour les clients. Plusieurs actions sont déjà planifiées dans ce sens :

- l'enrichissement de l'offre Courtage avec le lancement d'une offre temporaire décès et retraite,
- le développement du multisupport, Gaipare Selectissimo,
- la recherche de nouveaux partenariats,
- l'intégration d'une offre bancaire dans les activités des différentes entités,
- la mise en œuvre d'actions de transferts de contrats mono-support en euros vers des contrats multisupport.

Le réseau Santé

Leader sur le Marché Prévoyance Travailleurs Non Salariés

Dans un marché Santé en constante évolution, la stratégie "conquête et fidélisation" clairement réaffirmée et appliquée au quotidien, a permis de conforter la place de leader du réseau Santé sur le marché Prévoyance Travailleurs Non Salariés.

Les 300 Conseillers Prévoyance Santé distribuent :

- une large gamme de produits Soins pour les actifs et les retraités,

- une gamme Prévoyance individuelle (indemnités journalières, rente, capitaux),
- la Garantie des Accidents de la Vie,
- la Dépendance,
- la gamme Prévoyance SYNEA Collective, l'offre Epargne Salariale et le PERCo.

L'offre à disposition du réseau Santé a été entièrement revue en deux ans. Ainsi, riche de ses 50 ans d'expérience, il poursuit sa stratégie de développement commercial ambitieuse grâce à cette adaptation constante de son offre, une intégration complète d'outils informatiques (nomadisme) et une politique de formation et de management basée sur l'activité, la proximité terrain et les méthodes commerciales.

Faits marquants 2005

Le système de rémunération des commerciaux a totalement été repensé et est désormais plus directement lié à la performance, pour une implication plus forte en fidélisation, comme en conquête et un meilleur recrutement. Ce nouveau système de rémunération a été plébiscité par le réseau Santé puisque 100 % des vendeurs l'ont accepté.

Un nouveau process de recrutement et une intégration plus rigoureuse, avec la mise en place du tutorat, ont été lancés. La formation des entrants a également évolué.

Grâce à un scoring d'attrition spécialement adapté, le réseau Santé a su limiter les sorties clients, avec la refonte du process "contact client 3 mois avant échéance principale", et ainsi fidéliser ses clients.

Perspectives 2006

Sur un marché toujours porteur, le réseau Santé souhaite poursuivre la croissance rentable en actionnant trois leviers :

- la poursuite de la croissance de l'effectif moyen,
- la poursuite de la fidélisation des clients
- la poursuite du développement conquête avec deux inflexions : plus de Travailleurs Non Salariés (opérations commerciales) et étude de descentes hebdomadaires d'informations ; plus de nouveaux clients à partir d'un élargissement des réunions phoning équipe et d'une amélioration sensible des animations commerciales 2006.

CHIFFRES CLÉS DU RÉSEAU SANTÉ

300 conseillers Prévoyance Santé

- Chiffre d'affaires : 176 M€
- Production nouvelle : +14 %
(18 000 nouveaux clients)
- Près de 15 000 GAV en portefeuille
- Près de 8 000 Dépendance en portefeuille

Nos métiers

Biens et Responsabilités

2005 : premiers signes de reprise du développement

Le savoir-faire, l'expertise et la diversité des réseaux au sein du pôle Agents Généraux et Courtage IART, permettent à AGF d'offrir à ses clients – particuliers, professionnels et entreprises –, une gamme de produits et de services couvrant l'ensemble de leurs besoins en assurance de Biens et de Responsabilités.

Marché des particuliers : stabilisation des portefeuilles

Ce marché couvre tous les besoins d'assurance de Biens et de Responsabilités individuels (auto, habitation, etc.).

Faits marquants 2005

L'exercice 2005 a montré les premiers signes d'un retour à la croissance avec notamment une hausse de 10 % des affaires nouvelles en auto. Sur ce marché spécifique, les Agents Généraux ont lancé avec succès plusieurs opérations commerciales orientées "Jeunes Familles" et "Bons Conducteurs".

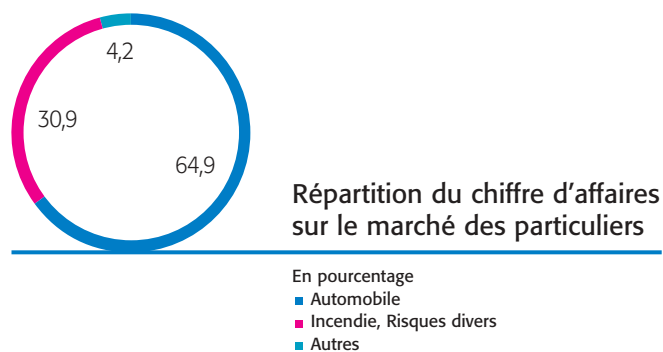
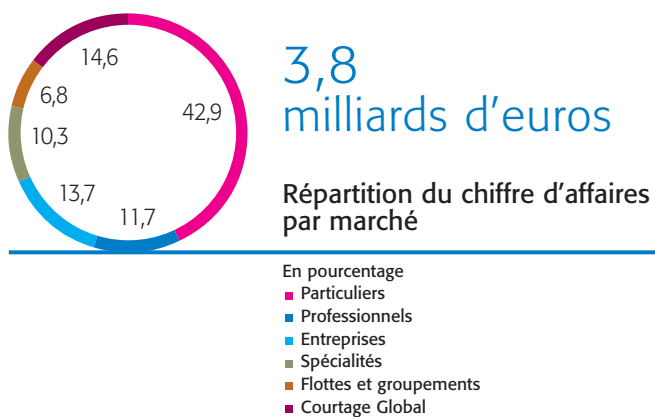
En parallèle, la direction indemnisation a été réorganisée pour en faire un outil de fidélisation de la clientèle, grâce à une meilleure gestion des contacts et à une réactivité accrue dans la gestion des sinistres.

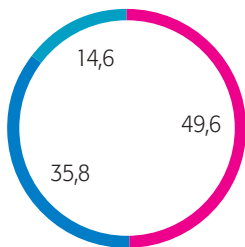
Perspectives 2006

A l'horizon 2008, les ambitions et projets sur ce marché se déclineront selon deux axes majeurs :

- la conquête, avec un objectif ambitieux de 150 000 clients supplémentaires,
- et le multiéquipement dont le pouvoir "fidélisant" est très créateur de valeur pour le Groupe.

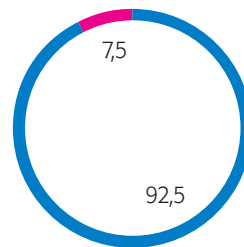
Afin de réaliser ces objectifs, le réseau d'Agents Généraux disposera de nouveaux atouts dont une surface commerciale plus importante et la refonte de l'offre en auto avec une gestion simplifiée et économique.





Répartition du chiffre d'affaires sur le marché des professionnels

En pourcentage
 ■ Incendie, Risques divers
 ■ MPI
 ■ Incendie, Risques divers agricoles



Répartition du chiffre d'affaires sur le marché des entreprises

En pourcentage
 ■ Incendie, Risques divers
 ■ RC pro regl

Marché des professionnels : reprise du développement

Ce marché englobe des types de clientèle très variés : commerçants, artisans, prestataires de services, TPE, exploitations agricoles et copropriétés immobilières.

Faits marquants 2005

Comme prévu, l'année a été marquée par une reprise soutenue des souscriptions Multirisques Professionnels : +7 % en Agences et +24 % en Courtage, notamment grâce au succès continu de ProfilPro.

Les anciens portefeuilles de Professionnels MultiPro ont été quasiment stabilisés avec un chiffre d'affaires en hausse de +1,3 %. En matière de risques agricoles, les actions menées en 2005 ont diminué la fréquence de -14 % et la charge des sinistres graves de -50 %.

Dans le secteur copropriétés immobilières, le chiffre d'affaires a augmenté de +3,1 %. Un plan de redressement technique a été amorcé pour compenser les effets négatifs des violences urbaines de cette année.

Perspectives 2006

Les contrats MultiPro devraient continuer leur évolution positive, dynamisée par de nouveaux produits pour l'assurance des bureaux et des associations ainsi que par des actions spécifiques sur les risques des TNS.

Par ailleurs, l'approche des risques des TPE et de Responsabilité Civile devrait être simplifiée.

La segmentation commerciale et technique des risques agricoles va encore améliorer la rentabilité de ce secteur.

De nombreuses mesures sont prévues pour soutenir le chiffre d'affaires du marché des copropriétés dont des évolutions tarifaires sont beaucoup plus marquées qu'auparavant.

Marché des entreprises : légère croissance

Ce marché concerne les sociétés dont le chiffre d'affaires est compris entre 1,5 et 400 M€.

Faits marquants 2005

En 2005, le chiffre d'affaires toute activité confondue du marché des entreprises est de 504 M€ ; il a progressé de 1,2 % malgré un léger recul du segment dommages dû à une mauvaise conjoncture tarifaire. En Responsabilité Civile, les parts de marché du Groupe sont restées stables.

Cette année, le nombre de sinistres graves a augmenté mais cela n'a pas affecté l'excellent ratio combiné sur ce portefeuille.

Les équipes Entreprises ont poursuivi leurs actions d'identification et de réduction des risques à l'aide de l'outil de scoring dommages et d'un référentiel de prévention.

Perspectives 2006

Dans un environnement sans cesse plus concurrentiel, AGF va continuer à privilégier sur ce marché, la sélection, la qualité et la prévention des risques. Le niveau de rentabilité de cette activité devrait permettre de renforcer les actions commerciales. L'harmonisation de la politique de souscription du réseau de Courtage avec celle des Agents Généraux sera poursuivie. Le haut niveau de professionnalisme et la réactivité des équipes dédiées à ces partenaires devraient maintenir le Groupe en position phare sur ce marché en France.

Enfin, la gamme de produits sera enrichie d'un nouveau contrat Multirisques destiné aux PME et d'une offre Responsabilité Civile pour les prestataires de services.

Grands Comptes : contribution en forte progression

AGF Grands Comptes cible exclusivement les entreprises françaises, nationales et multinationales, dont le chiffre d'affaires dépasse 400 M€. Elle bénéficie de l'expérience mondiale et de l'implantation internationale d'Allianz Global Risks spécialisé sur ce marché.

En s'appuyant sur des souscripteurs hautement qualifiés et sur une équipe d'ingénierie, AGF Grands Comptes offre une large couverture d'assurance de Biens et de Responsabilités mais aussi des garanties spécifiques sur mesure incluant les risques des mandataires sociaux.

Faits marquants 2005

Dans un marché fortement concurrentiel, AGF Grands Comptes a su préserver son leadership grâce à son approche sélective des risques et à sa qualité de service. Ainsi, pour la troisième année consécutive, la contribution des Grands Comptes au résultat global d'AGF est en progression : le ratio combiné de l'exercice s'établit à 86,2 %, en légère amélioration par rapport à 2004. Néanmoins, conformément aux prévisions, le chiffre d'affaires 2005 a diminué de 15 %. Cette année, la sinistralité est globalement satisfaisante malgré des perturbations climatiques exceptionnelles. Ainsi, l'impact des catastrophes naturelles a pu être limité en dépit d'une saison cyclonique longue et forte. L'événement Katrina – dont l'impact net sur les comptes est resté inférieur à 2 M€ –, illustre bien ce constat. AGF Grands Comptes a fait preuve par ailleurs d'une bonne maîtrise de ses frais généraux.

Perspectives 2006

Dans un contexte de légère hausse des taux de primes sur des marchés importants comme les Etats-Unis et le Royaume-Uni, AGF Grands Comptes a trois objectifs majeurs pour l'exercice à venir :

- développer des activités de niche, jusqu'alors sous-pondérées au sein de son portefeuille,
- maintenir son niveau de rentabilité,
- et accroître le contrôle de ses frais généraux.

Par ailleurs, les initiatives prises en 2005, comme le projet Client First, devraient renforcer le positionnement d'AGF Grands Comptes. Ces actions résolument tournées vers la clientèle et vers les courtiers visent à consolider ces partenariats fondés sur la confiance, la transparence et la qualité des services rendus.

Spatial : belle accélération

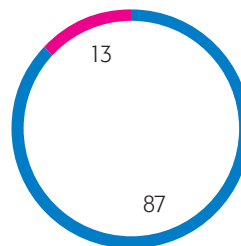
Présent sur le marché de l'assurance spatiale depuis vingt ans, AGF représente la première capacité mondiale dans ce domaine. La création en 2004 de la filiale Spaceco a largement contribué à renforcer la position du Groupe, avec le développement d'offres complémentaires.

Faits marquants 2005

Cette année, le chiffre d'affaires de 70 M€ marque une progression significative de 15 %. Cet excellent résultat, conforme aux prévisions, est à la fois issu de l'accélération du nombre de lancements en 2005 et de la diversification des services proposés aux assurés. Par ailleurs, la forte amélioration de la fiabilité des lanceurs et des satellites, associée à la liquidation des anciens sinistres, a généré une rentabilité sans précédent dans ce type d'activité. Ainsi, le ratio combiné net a atteint un niveau exceptionnel de 28 % soit une amélioration de 58 points par rapport à 2004.

Perspectives 2006

L'arrivée progressive des lanceurs chinois sur le marché commercial va ouvrir de réelles opportunités dans les années à venir. Le programme international de positionnement par satellite, Galileo constituera aussi un potentiel de développement important. L'expertise technique, les capacités d'innovation et la notoriété d'AGF et de SpaceCo dans le domaine de l'assurance spatiale vont permettre de renforcer sa position de leader français dans ce secteur d'activité réputé difficile.



Répartition du chiffre d'affaires sur le marché Courtage global

En pourcentage
 ■ Grands Comptes
 ■ Spatial

> Environ un tiers des flottes des cent premières entreprises françaises sont assurées auprès d'AGF La Lilloise

Flottes et groupements : rentabilité restaurée

AGF La Lilloise est un des leaders du marché des flottes automobiles et des groupements de particuliers. Elle présente un degré d'expertise élevé à l'échelle européenne, via le réseau multinational des groupes AGF et Allianz.

Faits marquants 2005

Le chiffre d'affaires, toute activité confondue, a diminué de 14,7 % par rapport à 2004.

Cette évolution est le résultat contrasté de la croissance du segment des flottes automobiles (+2,7 %) et de la poursuite de l'assainissement du portefeuille des groupements de particuliers (-26 %).

L'efficacité de ces mesures de surveillance s'est accompagnée d'une très nette amélioration de la sinistralité, particulièrement en dommages corporels. Ainsi, la rentabilité de la société est restaurée avec un ratio combiné de 97,2 %.

AGF La Lilloise a confirmé son positionnement d'assureur spécialisé dans les montages sur mesure au profit des flottes des plus grands groupes français. Pour les flottes des petites et moyennes entreprises, AGF La Lilloise a renforcé la qualité des outils de gestion déléguée mis à la disposition de ses courtiers. La société a également instauré au sein de ses services indemnisation une gestion électronique des documents.

Perspectives 2006

Les principaux objectifs d'AGF La Lilloise pour l'année à venir, sont de trois ordres :

- consolider le haut niveau de rentabilité retrouvée,
- poursuivre l'action "qualité" engagée en faveur de ses courtiers,
- et développer ses souscriptions en flottes d'entreprises et groupements associés.

Marché des spécialités : objectifs atteints

Ce marché regroupe les activités de construction, du transport ainsi que pour les Agents Généraux, de l'automobile "entreprises" (flottes, garages et concessions).

Faits marquants 2005

Globalement, ce marché a réalisé ses objectifs de ratio combiné même si la situation en flottes a été plus difficile (105,3 %) ; et le niveau de provisionnement a été conservé.

Le volume d'activité de la branche construction a augmenté de 20 %. En auto/transport, 2005 a vu le lancement du produit "AGF Route Entreprise" et la mise en place des outils de tarification et de gestion associés.

Perspectives 2006

L'assurance construction devrait encore profiter du dynamisme de ce secteur et de la stabilité des tarifs.

D'une façon générale pour ce marché, 2006 sera une année riche en lancements de produits AGF :

– côté BTP, un nouveau produit destiné aux artisans et aux entreprises et le démarrage du plan triennal de réduction des risques et de recherche de synergies avec les autres marchés IARD ou Santé,

– et côté auto/transport, une gamme renouvelée dédiée aux professionnels de l'automobile, devrait permettre de compenser la réduction des primes consenties lors des renouvellements.

Ainsi, malgré la forte pression concurrentielle, le secteur des spécialités devrait continuer à se développer.

Protection Juridique

Protexia France, filiale d'AGF IART (41,79 %), d'AGF La Lilloise (24,21 %), et de CFDP Assurances (34 %), est en charge de l'ensemble des activités d'assurance Protection Juridique du groupe AGF.

Faits marquants 2005

Pour la 4^e année consécutive, la société a connu une belle croissance avec un chiffre d'affaires de 28,2 M€, soit une progression de 13 % (supérieure à celle du marché, estimée à environ 9 %). Le ratio combiné s'établit à 80 %.

En 2005, Protexia France a lancé le contrat Vie Privée dans tous ses réseaux de distribution. Les Agents Généraux ont bénéficié aussi d'offres enrichies – AGF Profil Pro ou AGF Route Entreprise – pour les professionnels. Quant aux courtiers, ils disposent désormais de nouveaux outils de souscription en ligne.

Perspectives 2006

Protexia France devrait maintenir un niveau de croissance et de rentabilité parmi les meilleurs de son marché.

Vie et Services Financiers

2005 : la croissance rentable

AGF dispose sur le marché du patrimoine d'une offre complète, structurée par métier (assurance, activités bancaires, gestion d'actifs, gestion privée) et de réseaux de distribution complémentaires, présents dans toute la France.

Fort d'une organisation claire, le pôle Vie et Services Financiers poursuit les travaux visant à rendre les activités durablement compétitives, en agissant sur la réduction des coûts et la rentabilité des produits distribués.

L'ensemble des entités a mené en 2005 des réflexions pour accompagner une stratégie de fort développement, fondée sur la relation client.

Le pôle Vie et Services Financiers poursuivra en 2006 sa croissance forte et rentable : mettre en œuvre l'ensemble des actions visant à renforcer l'efficacité commerciale, mieux exploiter les différents canaux de contact avec les clients et développer la multidétention des clients, constitueront une nouvelle étape.

Assurance Vie Individuelle

En assurance Vie Individuelle, AGF propose à sa clientèle de particuliers et professionnels, un large éventail de solutions dans les domaines de l'épargne, de la prévoyance et de la retraite. Ces activités sont réparties entre quatre entités complémentaires : AGF Vie, Arcalis, Génération Vie et Coparc.

AGF bénéficie d'une solide position en gestion de l'épargne long terme et d'une légitimité en matière de retraite et de risques de la personne (décès, invalidité, dépendance).

Faits marquants 2005

Le développement remarquable des supports en unités de compte

Dans une conjoncture de marché très favorable à l'assurance Vie, AGF a confirmé son dynamisme en dépassant les objectifs fixés et en affichant une croissance (+19,2 %) supérieure à la moyenne dans son secteur (+15 %).

Les versements sur les supports en unités de compte ont connu notamment un fort développement. Cette évolution a permis aux clients de bénéficier de la reprise des marchés financiers tandis que la Société a pu optimiser sa rentabilité et diminuer son besoin en capital.

Une actualité produits très riche

Par ailleurs, AGF a effectué en 2005, de nombreux lancements qui viennent renforcer son positionnement sur ses marchés : – en matière d'épargne, le contrat multisupport vedette du réseau d'Agents Généraux, Tellus, a été modernisé. Il a donné lieu en novembre 2005 au lancement de Tellus Avenir. Et le

CHIFFRES CLÉS
ASSURANCE VIE
INDIVIDUELLE

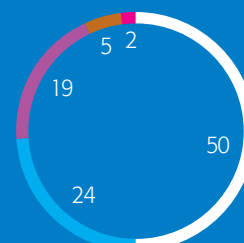
4,1 Md€
Chiffre d'affaires
Vie Individuelle

(contrat ASAC Fapes inclus)
en progression de +19,2 %

Répartition du chiffre d'affaires
par réseau de distribution

En pourcentage

- AGF FinanceConseil
- DCPI
- Agents
- ASAC
- W Finance



> AGF a augmenté sa part de marché PERP :
+6,2 % de parts de marché en termes de chiffre d'affaires
+7,2 % de parts de marché en nombre de souscriptions

contrat phare du réseau AGF FinanceConseil, AGF Itinéraires Épargne, a continué de bénéficier de l'introduction de fonds structurés attractifs ;

– en matière de retraite, un deuxième Plan d'Épargne Retraite Populaire a été conçu en partenariat avec l'Association ASAC. Par ailleurs, de nouvelles offres couplées ont été lancées, notamment auprès du réseau AGF FinanceConseil pour assurer aux clients une complémentarité des garanties dans ce domaine ;
– en matière de prévoyance, une version améliorée du produit d'épargne dépendance, AGF Libre Autonomie, a été lancée ;
– et une version rénovée d'AGF Obsèques a intégré des services d'assistance supplémentaire correspondant parfaitement aux volontés exprimées par les clients lors de leur adhésion.

Enfin, cette année a été marquée par des évolutions de nature réglementaire ou déontologique. La plus significative a été l'Amendement Fourgous qui autorise les souscripteurs de contrats d'assurance Vie monosupport en euros, à les transformer en multisupport sans remise en cause de leur antériorité fiscale.

Perspectives 2006

Au cours de l'année à venir, AGF proposera progressivement à ses clients des modalités pratiques pour diversifier et dynamiser leurs contrats d'assurance Vie grâce à l'autorisation légale de transformation des "monosupport" en "multisupport".

De nouvelles offres couplées verront le jour en 2006 dans les domaines de la prévoyance, de la transmission du patrimoine et de la dépendance.

Au 2^e semestre 2006, le produit AGF Obsèques intégrera des critères de tarification innovants ; et en parallèle, la gamme des contrats temporaires décès sera complètement rénovée.

Les principaux projets de cet exercice seront tous articulés autour d'un axe stratégique majeur : une différenciation accrue des contrats par typologie de clientèle. Le contrat AGF Itinéraires Épargne fera partie des premiers produits adaptés en ce sens.

Gestion d'actifs

En 2005, AGF Asset Management a confirmé son positionnement d'acteur majeur du marché français de la gestion d'actifs. La société bénéficie d'une position solide grâce à une offre d'une grande richesse et à une importante présence commerciale.

Une organisation centrée sur les clients

AGF AM se concentre sur le marché français en proposant ses expertises, produits et services, à une clientèle composée :

– de particuliers, via les réseaux AGF, en qualité de concepteur et de gérant de produits financiers vendus en direct ou via des contrats d'assurance Vie ;

– des compagnies d'assurances AGF ;

– des entreprises, institutionnels, multigérants et distributeurs externes, pour lesquels elle met à disposition son expertise de la gestion de trésorerie et de la gestion long terme ainsi que les expertises complémentaires d'Allianz Global Investors (AGI).

AGF AM dispose d'équipes commerciales dédiées à chaque catégorie de clients et leur offre les ressources d'un grand groupe de gestion d'actifs et l'assurance d'être suivis par une équipe au fait de leurs besoins.

AGF AM propose ainsi une gamme d'expertises parmi les plus complètes de la place :

– une gestion actions Euro de grande qualité ;

– des produits de taux Euro parmi les meilleurs du marché ;

– une expertise toute particulière en allocation d'actifs et sélection de fonds externes ;

– la multigestion alternative gérée par AGF Alternative AM, leader dans ce domaine.

Faits marquants 2005

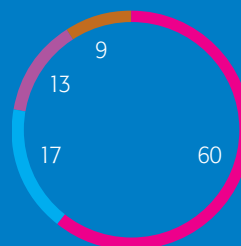
Dans un environnement financier plus accommodant, AGF AM a mené à bien son développement commercial en répondant à la fois aux demandes de placements d'attente, de diversification et de produits structurés, mais également aux attentes d'un nombre croissant d'investisseurs souhaitant réinvestir sur des placements actions.

Une gestion reconnue parmi les meilleures du marché

Dans un contexte boursier porteur, avec des potentiels de valorisation contrastés selon les zones, AGF AM a enregistré, tout au long de cet exercice, d'excellentes performances par rapport à la concurrence sur toutes les classes d'actifs, comme l'atteste le nombre élevé de récompenses reçues tout au long de l'année 2005.

CHIFFRES CLÉS AGF ASSET MANAGEMENT

- Résultat consolidé avant impôts 60,7 M€ contre 37,3 M€ en 2004
- +12 % d'encours sous gestion
- + de 74,4 Mds€ d'encours gérés contre 65,2 Mds€ en 2004
- 240 collaborateurs, 60 gérants



Répartition des encours par classe d'actifs

En pourcentage
 ■ Obligataire
 ■ Action
 ■ Monétaire
 ■ Diversifié

Un renforcement de son positionnement sur le marché des entreprises et institutionnels

Comme les années passées, les clients entreprises et institutionnels ont privilégié les produits sécuritaires ou décorrélés des classes d'actifs traditionnelles.

Forte de son leadership confirmé sur le monétaire, classe d'actifs sur laquelle elle a continué à accroître fortement ses encours, AGF AM a complété sa gamme avec deux offres de produits "monétaire dynamique" innovantes : AGF Short Term et AGF Euro Crédit Alpha.

AGF AM a également lancé, en étroite collaboration avec AGF Collectives, une offre PERCo : "AGF PERCo grandes entreprises". Outre la qualité de son offre de gestion financière incluant des fonds répondant aux normes institutionnelles, son originalité tient à la collaboration étroite développée avec AGF Collectives (pour la gestion de la rente) et AGF FinanceConseil (pour l'accompagnement des salariés tout au long de leur vie professionnelle). Quelques mois après le lancement de son offre, AGF AM a déjà remporté deux PERCo.

Après le "Fonds de Réserve pour les Retraites" en 2004, AGF AM a été sélectionnée par les fédérations Agirc et Arrco sur le mandat de gestion diversifié (330 millions d'euros) et sur le mandat en gestion tactique spécialisée (170 millions d'euros) et, à titre complémentaire, sur les taux Euro et les mid-caps américaines.

L'ensemble de ces succès consacrent AGF AM en tant qu'acteur majeur en gestion d'actifs pour le compte des grands institutionnels français, comme l'atteste une collecte nette globale de plus de 3 milliards d'euros sur cette typologie de clientèle en 2005, incluant un très fort développement sur la multigestion alternative effectuée par AGF Alternative Asset Management.

Une offre encore mieux adaptée aux particuliers

Dans ce contexte plus favorable aux marchés actions, AGF AM a souhaité renforcer sa gamme de produits (déjà présente sur toutes les classes d'actifs) en OPCVM actions, en proposant des produits innovants et positionnés sur la zone Euro : AGF Aequitas, AGF Invest Euro et AGF Actions Croissance Euro (fonds éligibles au PEA).

Deux fonds à formule sont également venus rythmer l'année commerciale 2005 des réseaux AGF – AGF Octomax 2 et AGF Vita 4 (vendus pour un montant global de 238 millions d'euros) – complétés par le fonds à coussin AGF Scalinvest, dont le concept novateur a séduit un grand nombre de clients particuliers (130 millions d'euros collectés en 2005).

L'ensemble de ces nouvelles offres a ainsi permis de réaliser, à travers les réseaux AGF, une collecte nette globale supérieure à 530 millions d'euros.

Perspectives 2006

En 2006, AGF AM va capitaliser sur les performances et les succès de l'année 2005. Elle va ainsi poursuivre son développement dans la gestion pour le compte de la clientèle d'entreprises, institutionnels et distributeurs externes en France mais aussi désormais à l'étranger, dans le cadre d'une coopération renforcée avec Allianz Global Investors.

Parallèlement, AGF AM accompagnera tout particulièrement le réseau d'Agents Généraux qui s'est engagé dans un mouvement de diversification dans les activités "Vie et Services Financiers" et souhaite renforcer la part des unités de compte dans sa collecte.

Banque

Une offre unifiée au profit des particuliers

Banque AGF a pour mission de renforcer la stratégie AGF de fournisseur de services financiers.

Elle contribue à faire du Groupe un prestataire complet en la matière, avec une offre de banque de détail unifiée, dédiée aux particuliers, qui inclut :

- des services de banque au quotidien (comptes courants, moyens de paiement, etc.),
- des produits d'épargne,
- et une large gamme de crédits (épargne, consommation, immobiliers).

Distribuée par les réseaux du Groupe, réseaux de conseillers salariés et d'Agents Généraux essentiellement, cette offre est accessible via les outils de banque à distance (téléphone et Internet).

Faits marquants 2005

Les services bancaires aux particuliers ont renforcé en 2005 les positions commerciales acquises dans le crédit grâce à une production (hors immobilier) en hausse de 32 % à 230 M€ portant l'encours au 31 décembre à 580 M€ et dans l'épargne financière dont les encours atteignent 500 M€.

Au 31 décembre 2005, la Banque enregistre une légère baisse du nombre de clients provenant de l'activité compte bancaire. Dans ce domaine, la Banque vise maintenant un développement plus sélectif tourné vers des clients à potentiel dont les comptes sont plus actifs.

Au-delà de son métier de banque de détail, Banque AGF a également pour missions d'optimiser la rentabilité de ses fonds propres et de gérer la trésorerie du groupe AGF. Cette activité a dégagé des résultats en 2005 supérieurs aux attentes.

Banque AGF exerce également une fonction holding avec comme principale participation, au 31 décembre 2005, la société de Bourse Oddo. Dans son périmètre consolidé, Banque AGF a bénéficié de la croissance du résultat d'Oddo et de la bonne performance de sa participation de 58 % dans la société de gestion de SCPI, Immovalor.

Enfin, pour optimiser et harmoniser la réponse du Groupe aux nouvelles exigences réglementaires en matière bancaire (Bâle II, organisation du contrôle interne, normes comptables, ...) il a été décidé de créer une holding financière. Banque AGF est désormais filiale à 100 % de la Financière AGF et sera rejointe dans cette holding par d'autres filiales du Groupe ayant une activité financière.

Sur l'ensemble de ses activités, le produit net bancaire de Banque AGF s'établit à 74,6 M€, en hausse de 2,5 % et son résultat consolidé s'élève à 33,9 M€.

Résultats 2005

En millions d'euros	2005	2004
Produit net bancaire	74,6	72,8
Résultat consolidé avant impôts	25,8	164 *
Résultat consolidé après impôts	33,9	164 *

* dont 137 M€ provenant de la vente d'Entenial

Perspectives 2006

En 2006, Banque AGF va renforcer ses liens privilégiés avec ses réseaux de distribution tout en préservant sa rentabilité. Sa dynamique commerciale vise une croissance continue des activités de crédits et le développement d'une offre innovante de banque au quotidien destinée spécifiquement à des clients à potentiel que le Groupe souhaite fidéliser.

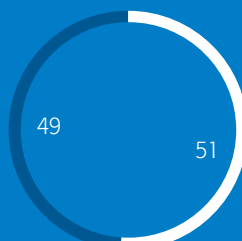
CHIFFRES CLÉS BANQUE AGF

- Production de crédit (hors immobilier) en hausse de 32 % à 230 M€
- Encours total : 580 M€
- Encours épargne financière : 500 M€
- Produit net bancaire en hausse de 2,5 %

Répartition des encours épargne de la banque de détail fin 2005

En pourcentage

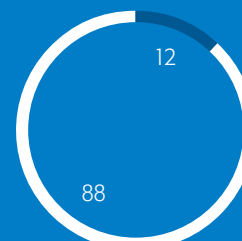
- Dépôts (à vue + livrets)
- Actifs financiers



Répartition des encours crédits de la banque de détail fin 2005

En pourcentage

- Crédits à la consommation
- Crédits Epargne



AGF PRIVATE BANKING

Filiale à 100 % du groupe AGF depuis 2003, AGF Private Banking est une société financière spécialisée dans le conseil et la gestion de portefeuilles de valeurs mobilières.

A l'occasion de son changement de nom au 1^{er} septembre 2005, AGF Private Banking a affirmé ses deux axes de développement sur les marchés de la Gestion Privée et de la Gestion de Fortune :

■ L'offre de **Gestion Sous Mandat** qu'elle a mise à la disposition de la clientèle de Gestion Privée des réseaux AGF,

■ Le **Conseil en Gestion de Fortune** à travers sa propre force commerciale et l'appui de l'ensemble des professionnels expérimentés du Groupe.

Composée de 45 personnes dont 15 commerciaux positionnés sur la Gestion de Fortune et présente sur deux implantations (Paris et Lyon), AGF Private Banking gère les avoirs de plus de 3 000 comptes pour un encours de 812 millions d'euros d'actifs gérés.

Gestion Privée

Un axe de développement fort pour AGF

AGF s'est positionné sur le marché de la Gestion Privée fin 2004. Le Groupe s'est doté en premier lieu d'une équipe d'une dizaine de personnes spécialistes de la gestion d'actifs, ou de l'ingénierie financière et patrimoniale. Cette équipe nommée Gestion Privée AGF, a pour vocation d'accompagner l'ensemble des réseaux de distribution AGF dans leur démarche de conquête et de fidélisation de la clientèle haut de gamme, en mettant à leur disposition :

- une offre de produits (assurance, finance, crédit ou immobilier) et de services,
- une expertise patrimoniale dans les domaines du conseil financier et de la stratégie patrimoniale. Gestion Privée AGF a ainsi un rôle d'assistance, d'une part auprès des pôles patrimoniaux implantés au sein des 9 directions régionales du réseau AGF FinanceConseil (environ 30 personnes), et d'autre part, auprès des inspecteurs du patrimoine pour les Agents Généraux (43 personnes),
- l'expertise d'AGF Private Banking, société financière du Groupe dédiée à la clientèle haut de gamme, qui dispose notamment d'une offre de gestion sous mandat originale et performante (voir encadré).

Faits marquants 2005

L'offre mise en place par Gestion Privée AGF, avec les métiers du Groupe, s'est élargie en 2005. Constituée initialement du contrat d'assurance Vie multisupport et multigérant Yearling

(bâti par Arcalis), et de sa version capitalisation, elle a intégré cette année :

- un service de gestion sous mandat, Portefeuille Privilège, proposé par AGF Private Banking, et lancé en octobre auprès du réseau AGF FinanceConseil ;
- un contrat d'assurance en unités de compte, Yearling Privilèges, offrant une option gestion sous mandat ;
- et un compte courant associé à un crédit par découvert en compte, Yearling Facilities.

Cette dynamique a permis à Gestion Privée AGF de dépasser largement ses objectifs 2005 avec l'ouverture de plus de 600 contrats Yearling pour un total d'environ 117 M€. Ils représentaient à la fin de l'exercice, un encours proche de 130 M€.

Perspectives 2006

Le marché de la clientèle haut de gamme est en plein essor : le nombre des ménages dont le patrimoine dépasse 750 000 euros est en forte progression et représente en France un encours d'environ 600 milliards d'euros.

Ce segment de marché devrait croître d'environ 10 %.

AGF a pour ambition de se positionner sur ce marché très porteur pour en devenir un des leaders en s'appuyant sur :

- la compétence pluridisciplinaire du Groupe qui renforce son expertise auprès de cette clientèle exigeante,
- des produits et services en adéquation avec les besoins spécifiques d'une clientèle haut de gamme, pour laquelle le sur mesure et l'accompagnement personnalisé sont importants,
- la force de réseaux alliant proximité et technicité ayant accès à des clients très aisés voire fortunés.

> Progression de plus de 39 %
de la production nouvelle
en Santé Individuelle

Santé et Collectives

2005 a été l'année de la réorganisation de ses activités. Les nouvelles structures du pôle, créées fin 2004 – dont la Direction Commerciale d'AGF Collectives –, ont commencé à prouver leur efficacité opérationnelle.

Santé Individuelle

AGF Santé : un recentrage réussi

Au sein du groupe AGF, la Direction Santé est dédiée à l'assurance individuelle des soins et de la prévoyance.

La gamme AGF Santé, commune à tous les réseaux de distribution, se décline en 4 offres :

- **Latitude Santé et Latitude Senior** : remboursement des soins, engagés par les assurés en complément de la Sécurité sociale.
- **Prévoyance Evolution**, vendue seule ou associée aux soins : paiement d'indemnités, de rente ou de capitaux.
- **Presentalis** : ce contrat élargit l'offre d'AGF Santé au domaine de la dépendance, jusqu'ici peu exploité dans le cadre de l'assurance IART.

Le portefeuille d'AGF Santé reste composé de :

- 50 % de salariés,
- et d'un éventail d'assurés comprenant des TNS (artisans, commerçants et professions libérales), des agriculteurs et des expatriés. AGF Santé est notamment reconnue sur le marché pour son important portefeuille de TNS qui constitue son segment le plus rentable. Ce résultat est le fruit de 40 ans d'accompagnement santé et prévoyance de cette cible de clientèle.

AGF Santé s'appuie principalement sur 3 réseaux de distribution :
– 360 salariés, professionnels de la santé et de la prévoyance,
– 2 400 Agents Généraux répartis dans l'Hexagone,
– et 300 Courtiers partenaires.

Faits marquants 2005

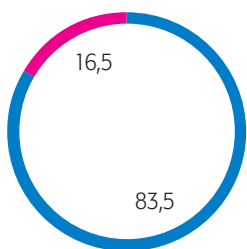
Comme prévu, depuis janvier 2005 AGF Santé a confié à Apria RAM/Gamex (premier organisme conventionné du régime maladie des professions indépendantes, et association émanant de la FFSA) la gestion du Régime Obligatoire de son portefeuille d'environ 170 000 TNS.

Par ailleurs, AGF Santé a adapté sa politique de souscription à la réforme de la Sécurité sociale qui a créé une nouvelle réglementation réservant des avantages fiscaux et sociaux aux contrats responsables, respectueux du parcours médical.

Désormais, les nouvelles offres soins d'AGF Santé ainsi que la majorité de ses contrats en portefeuille bénéficient de l'appellation "contrats responsables".

En 2005, le chiffre d'affaires a progressé de 1 %. Les revalorisations tarifaires d'AGF Santé – en particulier liées à la réforme de la Sécurité sociale –, ont été volontairement dans la moyenne basse du marché afin de mieux fidéliser la clientèle parfois fragilisée par les précédentes hausses de tarifs.

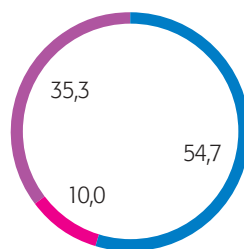
En parallèle, plusieurs actions ont contribué à développer considérablement les ventes d'AGF Santé : une animation commerciale performante, une meilleure segmentation des tarifs rendus plus compétitifs et le lancement à succès du produit AGF Latitude Senior destiné aux plus de 55 ans (près de 9 000 ventes en 7 mois).



520 M€
Primes acquises

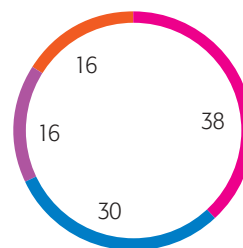
Répartition du chiffre
d'affaires Santé Individuelle

En pourcentage
■ Soins
■ Prévoyance



Répartition de l'activité
par réseau

En pourcentage
■ Agents
■ Courtage et autres
■ Réseau salarié



Répartition de l'activité AGF Collectives

En pourcentage

- Santé Prévoyance Collectives
- Retraite Epargne Salariale
- Assurance Emprunteurs
- Santé Prévoyance Internationale

Perspectives 2006

AGF Santé vise à développer une image d'assureur partenaire qui s'engage dans une logique de qualité durable et mesurable des prestations de santé. Elle prévoit ainsi de sensibiliser ses clients à la prévention en leur faisant prendre conscience de l'incidence de l'alimentation et du mode de vie sur la santé.

En parallèle, AGF Santé reverra complètement ses offres de complémentaires "actifs" et de dépendance afin d'accroître encore significativement ses ventes.

En matière de distribution, un nouveau commissionnement et des dispositifs d'embauche, de formation, d'intégration entièrement revus, plus incitatifs, permettent d'augmenter les effectifs des vendeurs salariés dédiés. Quant aux Agents Généraux, ils disposeront d'une informatique commerciale plus adaptée à leurs besoins et d'un commissionnement révisité.

AGF Santé participera activement au programme Ambition 2008, notamment via le lancement de "+ client Santé" ; ce projet d'envergure permettra de mieux satisfaire et fidéliser les différentes clientèles tout en optimisant leur pouvoir de prescription.

Collectives

Une compétitivité accrue

AGF Collectives est un acteur majeur en assurances collectives en France et une entité essentielle en assurance de personnes, au sein du Groupe.

Cette année, AGF Collectives a continué à étoffer ses gammes de produits et de services en Retraite et Prévoyance en saisissant les opportunités offertes par la réforme des retraites et en anticipant celles de la réforme du système de santé.

Faits marquants 2005

Le chiffre d'affaires 2005 d'AGF Collectives est de 1 650 M€, soit en baisse de 4 %.

Retraite et Epargne Salariale

AGF Collectives avait complété, fin 2004, son offre Épargne Salariale en créant 4 PEI qui permettaient la mise en place d'un PEE et d'un PERCo en une seule opération. Depuis, la réglementation en la matière a évolué : elle élargit les possibilités de souscription et assouplit le fonctionnement de ces plans.

Ces mesures favorables ont été accompagnées pour les entreprises, d'un choix accru d'abondements modulables en fonction de leurs besoins.

Cette souplesse vient renforcer les avantages antérieurs d'AGF Stimeo :

- une tarification forfaitaire et globalisée couvrant à la fois le PEE et le PERCo,
- une offre financière complète et homogène,
- et un outil pédagogique unique d'aide à la vente et à la souscription.

AGF Stimeo est diffusée par les Agents, les Courtiers, la force de vente AGF Collectives, AGF Santé, AGF Finance Conseil et W Finance.

Prévoyance Collectives

En juin 2005, AGF Collectives a reçu le "Label d'Excellence" pour son offre AGF Planeo 3 Entreprise. Cette distinction a été décernée par les Dossiers de l'Épargne qui ont édité un "Numéro spécial retraite" avec un classement des meilleurs contrats du marché. Ce guide de la retraite collective, tiré à plus de 20 000 exemplaires, bénéficie d'une forte pénétration auprès des courtiers en assurances et de la profession comptable qui sont des distributeurs et des prescripteurs essentiels dans ce domaine.

Perspectives 2006

En Prévoyance Collectives, AGF Collectives a prévu d'enrichir sa gamme de deux nouvelles garanties.

AGF Synea/Osmose Santé Duo est une offre Santé-Collective avec un socle de garanties obligatoires souscrites par l'entreprise et des garanties optionnelles au choix du salarié. Elle combine responsabilisation des assurés et couverture collective santé. Avec cette offre, AGF Collectives fait pleinement bénéficier ses clients de nouvelles réglementations fiscale et sociale (exonération de la taxe d'assurance et des charges sociales sur la cotisation de l'entreprise) ainsi que des services dédiés aux assurés et aux entreprises, mis en place par AGF (prévention, information, prise en charge de nouveaux actes...).

AGF Vivéis est une offre de prévention en entreprise.

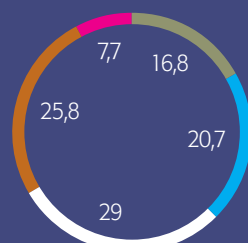
AGF Collectives s'est engagée depuis plusieurs années dans une démarche de différenciation à forte valeur ajoutée en assurance Santé, par la recherche d'une meilleure maîtrise du risque. Grâce à ces offres et services innovants, AGF Collectives veut affirmer sa compétitivité accrue en proposant à ses clients une alternative à l'augmentation des cotisations prévoyance et santé.

AGF hors de France

Dans le cadre de la répartition des responsabilités au sein du groupe Allianz, AGF est en charge sur les plans managérial et capitalistique, des filiales situées au Benelux, en Amérique du Sud, en Afrique et au Moyen-Orient. Par ailleurs, en Espagne, AGF partage ces rôles avec la RAS (filiale italienne du groupe Allianz). AGF a élaboré avec chacune de ses filiales, des axes de développement en phase avec les objectifs stratégiques et financiers du Groupe. Le chiffre d'affaires des activités d'assurance (hors assistance et assurance-crédit), réalisé hors de France, représente 31 % du chiffre d'affaires total à fin 2005.

Répartition du chiffre d'affaires hors de France

- En pourcentage
- Amérique du Sud
 - Belgique
 - Pays-bas
 - Espagne (part AGF)
 - Autres Europe



Europe : une nette amélioration des contributions du Groupe

Belgique et Luxembourg : croissance du chiffre d'affaires

Le groupe AGF Belgium a réalisé une bonne croissance globale durant cet exercice qui a notamment confirmé et amplifié la reprise des activités Vie et Santé en Belgique (627 M€, soit +19 %).

AGF Belgium affiche des progressions importantes en produits de capitalisation et aussi en assurances de groupe, supérieure dans les deux cas à celles du marché. La stratégie de l'entreprise, exclusivement orientée vers une collaboration avec le canal de distribution du courtage indépendant, se révèle gagnante.

En assurances de Biens et Responsabilités – segment redevenu plus concurrentiel, surtout pour les grands risques –, AGF Belgium a réussi à maintenir sa part de marché malgré son retrait de certains contrats flottes et responsabilité professionnelle. Après plusieurs années d'assainissement, le parc automobile individuel d'AGF Belgium a repris sa croissance en 2005.

Les bons résultats techniques et la maîtrise des frais généraux ont généré une rentabilité en net progrès.

Enfin, l'amélioration des méthodes de travail – via différents projets "Sustainability" – a permis au groupe AGF Belgium de tenir fermement le cap de la croissance rentable.

La filiale poursuivra en 2006 le développement de son offre commerciale par l'intermédiaire de courtiers professionnels. Elle compte également renforcer sa présence sur le segment des PME en adaptant son offre aussi bien dans les branches d'assurances de biens que de personnes.

Pays-Bas : une conjoncture difficile

Allianz Nederland a enregistré une baisse de 12 % de son activité par rapport à 2004, du fait d'une conjoncture peu porteuse dans ses différents métiers.

En assurances de Biens et Responsabilités (hors Santé), le chiffre d'affaires a baissé de 5 %, principalement à cause de la diminution des tarifs et des volumes du portefeuille incendie (-14 %).

En automobile, l'année 2005 a été moins bonne (-1 %) en raison de remises tarifaires accrues mais la part de marché dans cette branche est restée stable. Le ratio combiné a nettement diminué pour atteindre 90 %. Cette amélioration est due à la faible fréquence des sinistres auto et des incendies majeurs.

En assurance de personnes, Allianz Nederland a enregistré un recul de 23 %, lié à la non-récurrence de fortes primes encaissées en 2004. En outre, le marché Vie est encore resté très morose, marqué en particulier par la frilosité des investisseurs face aux marchés boursiers. Les activités de gestion d'actifs ont pour leur part continué de progresser.

Allianz Nederland envisage pour les assurances de Biens et Responsabilités d'appuyer son développement par un élargissement de son système de distribution. En outre, elle cherche à diversifier son portefeuille non Vie en renforçant la part des affaires non automobiles.

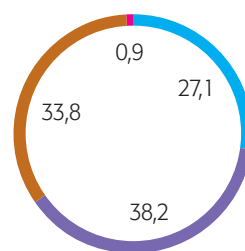
Espagne : un leadership confirmé

Allianz Seguros – détenue à parité par AGF et RAS –, reste la seconde compagnie espagnole dans la branche dommages en dépit de l'agressivité du marché automobile, et occupe depuis cette année la première place dans la branche retraite.

En assurances de Biens et Responsabilités le montant des primes brutes a augmenté de 6 %. En automobile le chiffre d'affaires a progressé de 5,7 %, en risques simples de 8,1 % et en risques industriels de 6,7 %.

En assurance Vie, cet exercice s'est inscrit en retrait par rapport à 2004 qui avait bénéficié d'une souscription exceptionnelle en retraite de 80 millions (part AGF). Hors retraite, le chiffre d'affaires a progressé de 3,8 %. Les produits Vie Individuelle ont connu une évolution positive de +5,6 % alors que le chiffre d'affaires de la branche Collectives a baissé de 4,2 %.

Dans un marché fortement concurrentiel en automobile et en risques industriels, la filiale vise à maintenir un rythme de croissance supérieur à celui du marché en assurance de biens, à réduire le taux d'annulation de primes et à augmenter le nombre de clients.



Répartition du chiffre d'affaires en Europe hors de France

En pourcentage
■ Belgique
■ Pays-bas
■ Espagne (part AGF)
■ Autres (Europe)

CHIFFRES CLÉS

EUROPE

Groupe AGF Belgium

- Chiffre d'affaires : 933 M€, soit +11,5 %
- +18 % en Vie
- Contribution au résultat courant avant impôts : 126 M€
- ROAC : 10 %

Allianz Nederland

- Chiffre d'affaires : 1 313 M€
- Chiffre d'affaires Biens et Responsabilités : 909 M€ (71 % du C.A. total)
- Chiffre d'affaires Assurances de personnes : 404 M€
- Contribution au résultat courant avant impôts : 225 M€
- ROAC : 24,6 %

Allianz Seguros

- Chiffre d'affaires consolidé : 1 210,3 M€
- Chiffre d'affaires Assurance Vie : 303,2 M€
- Chiffre d'affaires Biens et Responsabilités : 907 M€
- Contribution au résultat courant avant impôts : 158 M€ (part AGF)
- ROAC : 28,5 %

CHIFFRES CLÉS AMÉRIQUE DU SUD

Brazil Seguros

- Chiffre d'affaires : 408 M€ soit +40 %
- Chiffre d'affaires branche automobile : +30 % en monnaie locale
- Chiffre d'affaires branche Santé : +24 % en monnaie locale
- Contribution au résultat consolidé avant impôts : 29,5 M€

Colseguros

- Chiffre d'affaires : 210,3 M€
- Fonds gérés : +231 %
- Contribution au résultat courant avant impôts : 20,2 M€

AGF Argentina

- Chiffre d'affaires : 57,2 M€
- Contribution au résultat courant avant impôts : 23,5 M€

Adriatica de Seguros

- Chiffre d'affaires : 84,7 M€
- Contribution au résultat courant avant impôts : 11 M€

Amérique du Sud : une croissance importante sur toutes les places

Argentine : une belle progression

L'Argentine a persévéré sur la voie de la reprise économique avec une croissance du PIB de +9,1 %. Néanmoins le pays a dû faire face à une poussée d'inflation, l'indice des prix ayant augmenté de +12,3 % en 2005.

Le chiffre d'affaires d'AGF Argentina a enregistré une hausse de 17 % à 57,2 M€. Ces bons résultats sont principalement issus de la branche automobile qui représente 34 % du chiffre d'affaires. AGF a su maintenir sa réputation de qualité de services auprès des courtiers et des assurés. Par ailleurs, la politique de souscription rigoureuse d'AGF Argentina et l'absence de sinistres majeurs ont contribué à un résultat technique à nouveau positif en 2005.

Brésil : une pôle position confirmée

Le Brésil demeure la principale exploitation d'AGF en Amérique du Sud. L'activité économique brésilienne a connu un léger ralentissement en 2005. Les politiques monétaire et budgétaire rigoureuses, conduites par les pouvoirs publics ont permis de réduire l'inflation et la dette. L'excédent commercial a atteint le niveau record de 44 Mds\$ USD. Et l'accès au marché financier brésilien s'est fortement intensifié.

La croissance des primes enregistrée cette année par Brasil Seguros, provient principalement du dynamisme des branches automobile et Santé-Collectives. En outre, sa stratégie de souscription sélective en automobile et une baisse des grands risques se sont traduites par un meilleur ratio combiné.

Colombie : un excellent exercice

Forte de ses bons résultats et de la réévaluation du Peso, l'économie colombienne a continué en 2005 à attirer davantage les investisseurs étrangers.

Colseguros a ainsi réalisé un chiffre d'affaires de 210,3 M€, en hausse de 17 %. Le climat optimiste des marchés financiers et la baisse de l'inflation – inférieure à 5 % pour la première fois dans l'histoire du pays – ont contribué au succès remarquable de la collecte d'épargne effectuée cette année par la compagnie.

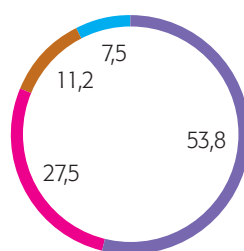
Venezuela : un ciblage au succès continu

Dans un contexte de stabilité politique retrouvée, l'inflation annuelle a été ramenée en deçà de 15 % pour la première fois depuis 2001.

Dans un marché d'assurance en croissance, la filiale a poursuivi avec succès le déploiement de sa stratégie ciblée sur les flottes automobiles et les dommages aux biens des entreprises. Son chiffre d'affaires s'est inscrit en baisse de 3,4 % en euros (mais en hausse de 7,2 % en monnaie locale).

L'année 2005 a été également marquée par le maintien d'une politique de souscription sélective et de strict contrôle des coûts ainsi que par une politique prudente de gestion d'actifs.

> Le chiffre d'affaires
en Amérique du Sud représente
16,8 % du chiffre d'affaires total
réalisé hors de France



Répartition du chiffre d'affaires en Amérique du Sud

En pourcentage

- Brésil
- Colombie
- Venezuela
- Argentine

Afrique de l'Ouest, Moyen-Orient et Outre-Mer

Afrique : création de la nouvelle filiale AGF Madagascar

Les filiales africaines d'AGF ont connu une année de légère croissance. En dépit d'un contexte politique toujours aussi pénalisant, elles ont en effet réussi à maintenir un bon niveau d'activité.

En assurances de Biens et Responsabilités, les résultats techniques ont été satisfaisants ; et en assurances de personnes, le chiffre d'affaires a progressé.

Par ailleurs, fin décembre 2005, les autorités locales ont donné leur agrément à la création d'AGF Madagascar, qui est autorisée à opérer dans toutes les branches d'assurances.

Liban : un nouveau cap franchi

Dans un climat politico-économique difficile, le groupe SNA a su maintenir ses positions et s'est bien développé notamment en assurance Vie. Son chiffre d'affaires a franchi une nouvelle étape en dépassant largement le cap des 50 millions de USD en 2005. Cette croissance s'est effectuée dans le respect des objectifs de rentabilité prévus.

Egypte : objectif atteint

Conformément au plan arrêté lors de sa création en 2001, la filiale Vie a atteint son objectif de croissance et d'équilibre, fin 2005. Elle a été fortement aidée par une stratégie de distribution multicanaux qui commence aujourd'hui à porter ses fruits. Les activités non Vie ont poursuivi leur développement sur le segment des risques d'entreprises – cœur de métier historique de la filiale –, malgré un environnement concurrentiel difficile, dominé par le secteur public.

Le résultat consolidé avant impôts des opérations effectuées cette année par la filiale est très légèrement positif.

Arabie Saoudite : un futur tremplin de développement

2005 a été une année de transition pour les activités du Groupe dans ce pays. AGF, en partenariat avec la Banque Saudi Fransi, a été retenue parmi les compagnies éligibles à l'obtention d'une licence dans le cadre de la nouvelle loi sur les assurances. Les deux partenaires ont acquis à part égale fin 2005 une société de droit bahreïni, Insaudi ; celle-ci est destinée à devenir la plate-forme de base de la nouvelle implantation afin d'offrir à la fois proximité et réactivité sur le marché dans toutes les branches d'activité.

Outre-Mer : consolidation et nouveau partenariat

AGF Outre-Mer s'est encore affirmée durant cet exercice comme étant l'un des leaders sur ses marchés. AGF Outre-Mer a ainsi consolidé sa rentabilité aussi bien dans les activités Vie que non Vie.

En assurances de Biens et Responsabilités, l'année 2005 a été marquée par la mise en œuvre de l'accord de commercialisation signé avec le groupe Caisse d'Épargne - Océor.

CHIFFRES CLÉS AFRIQUE DE L'OUEST, MOYEN-ORIENT ET OUTRE-MER

Afrique

- Chiffre d'affaires consolidé : 50,9 M€, dont 76 % en assurances de Biens et de Responsabilités
- Contribution au résultat courant avant impôts : 5,5 M€

Groupe SNA

- Chiffre d'affaires : 39 M€ soit +7 %
- Contribution au résultat courant avant impôts : 2,8 M€

Egypte

- Chiffre d'affaires : 33 M€ soit +44 % en monnaie locale

Outre-Mer

- Chiffre d'affaires : 190 M€ soit +8,4 %
- Activité Biens et Responsabilités : 72 % du chiffre d'affaires total
- Contribution nette au résultat avant impôts : 22 M€

Assurance-Crédit

Euler Hermes, numéro 1 mondial de l'assurance-Crédit

Euler Hermes a pour mission d'accompagner le développement rentable des entreprises en les assurant contre le risque d'insolvabilité de leurs clients, qui est à l'origine d'environ 25 % des faillites de sociétés.

Son offre inclut trois types de services couvrant chaque phase d'un contrat commercial :

- la prévention du risque,
- le recouvrement des créances commerciales,
- et l'indemnisation des pertes.

Ses capacités de prévention et de gestion dynamique des risques sont issues d'un savoir-faire unique : une connaissance exceptionnelle des marchés.

Filiale d'AGF à 68,58 %, membre du groupe Allianz, avec une notation par Standard & Poor's revue à la hausse à AA-, Euler Hermes bénéficie de la solidité financière nécessaire pour suivre durablement ses clients.

Une protection complète contre le risque d'impayés

Les entreprises consentent généralement des délais de règlement à leur clientèle ; en cas de non-paiement d'une créance, le manque à gagner pèse lourdement sur leur marge et peut les mettre en danger. Ainsi, l'assurance-crédit leur offre une double protection contre ce risque : elle informe sur la solvabilité de leurs clients et, en cas de sinistre, elle garantit le recouvrement des créances en indemnisant les impayés.

Euler Hermes propose aux sociétés une gamme de solutions complètes pour la gestion de leurs comptes clients fondée sur le conseil et la prévention. Quels que soient la taille, le secteur d'activité et le pays d'origine de ses clients, le Groupe est au service de leur développement commercial, sur leur marché domestique comme à l'export.

Un modèle d'entreprise orienté vers la qualité de service

Fort d'une expérience plus que centenaire, Euler Hermes dispose d'équipes d'experts, réparties dans le monde entier. Cette présence "au plus près du risque" lui permet d'accéder à une information à la fois qualitative et quantitative, essentielle à sa mission de prévention. Pour gérer ces données, le Groupe a conçu un système de communication et de traitement qui offre un service de qualité inégalée et homogène, de la prise de décision à l'indemnisation.

La dimension internationale d'Euler Hermes, mais aussi la cohérence de son organisation et l'orchestration de ses expertises constituent des avantages concurrentiels majeurs. Toutes ses filiales partagent la même vision de leur métier et proposent des solutions adaptées aux besoins des entreprises en étant proches des acheteurs.

Faits marquants 2005

L'année 2005 a été marquée par un environnement économique peu favorable. Globalement la croissance mondiale a été moindre, tout en restant nettement plus dynamique aux Etats-Unis qu'en Europe. Par ailleurs, les défaillances d'entreprises restent élevées, particulièrement en Europe occidentale.

Dans ce contexte difficile, Euler Hermes a réalisé néanmoins un bon exercice grâce à plusieurs facteurs positifs :

- la contribution des nouvelles filiales du Groupe, en forte progression,
- l'augmentation du taux de fidélisation des clients d'Euler Hermes,
- et le nombre croissant de souscriptions. En effet, la qualité des services clients d'Euler Hermes a soutenu les efforts commerciaux en permettant le renouvellement d'un nombre accru de polices.

Grâce à la surveillance des risques effectuée en permanence par le Groupe et sa politique de souscription prudente, la charge des sinistres connaît une hausse modérée. Par ailleurs, le contrôle strict des coûts, jumelé à de meilleures conditions de réassurance, a généré une baisse du ratio des coûts des frais d'exploitation. L'ensemble de ces éléments favorables a contribué à l'accroissement de 32 % du résultat net à 286 M€ (hors résultats des activités cédées fin 2004).

Perspectives 2006

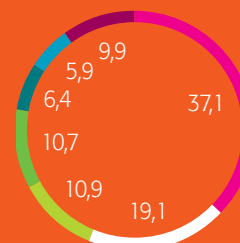
Le Groupe s'attellera au développement de ses filiales récemment créées et de produits répondant aux besoins spécifiques de toutes les catégories d'entreprises pour une gestion optimale de leurs comptes clients. Cette stratégie confirmera Euler Hermes dans son rôle de partenaire solide et soucieux du développement rentable de ses activités.

CHIFFRES CLÉS

- 34 % du marché
- Une présence dans 41 pays
- 5 400 collaborateurs
- Chiffre d'affaires : 2 Mds€, soit une progression de +6,9 %
- Plus de 720 Mds€ de transactions garanties dans le monde
- 40 millions d'entreprises suivies dans les bases de données

Répartition du chiffre d'affaires Euler Hermes par pays

- En pourcentage
- Allemagne
 - France
 - Italie
 - UK
 - USA
 - Belgique/Pays-Bas
 - Autres



Le leadership confirmé du groupe Mondial Assistance

Le groupe Mondial Assistance est une filiale d'AGF (50 %) et de la société d'assurance italienne RAS (50 %). Il est en charge de l'ensemble des activités d'assistance, d'assurance voyage et d'assistance santé au sein du groupe Allianz.

Dans un monde de plus en plus mobile et face à une clientèle aux exigences croissantes, le groupe Mondial Assistance accompagne ses clients partout, 24 heures sur 24, aussi bien dans leur vie quotidienne que pendant leurs voyages.

Faits marquants 2005

Malgré une année marquée par des crises de grande ampleur (tsunami en Asie, attaques terroristes en Egypte et en plein cœur de l'Europe, ouragans et tremblements de terre en Asie centrale, menace croissante de pandémie de grippe aviaire...), le marché mondial du tourisme est resté dynamique et a même retrouvé le niveau de profitabilité de 2001, avant le 11 septembre. En 2005 dans ce contexte, le groupe Mondial Assistance a enregistré des résultats supérieurs aux attentes, notamment grâce à l'essor de la vente en ligne d'assurance voyage qui a plus que doublé avec les partenaires internationaux. En outre, sa capacité d'innovation et la diversification de son offre lui ont permis de poursuivre son développement sur les cinq continents. Durant cet exercice, le Groupe a confirmé son leadership mondial sur un marché toujours plus compétitif. Il a su conforter ses positions dans la plupart des pays où il est présent.

La zone Asie-Pacifique a connu une forte croissance, en particulier en Australie, pays qui prospère dans toutes ses activités dont l'e-commerce. Dans la zone Amériques, la vente en ligne des produits d'assurance voyage s'est également accélérée au Canada et aux Etats-Unis. Et le Brésil a beaucoup progressé en assistance automobile. Sur ce même segment, en Europe, l'Espagne, le Portugal et la Grèce ont réalisé aussi un bel exercice 2005. Le groupe Mondial Assistance enregistre au 31 décembre 2005 un chiffre d'affaires de 1,2 milliard d'euros, soit une croissance de 11 % par rapport à l'an dernier.

Grâce à une sinistralité maîtrisée et une politique attentive de contrôle de coûts, la rentabilité du groupe Mondial Assistance a doublé en 2005. Ainsi, le résultat net du Groupe atteint 47,7 millions d'euros, soit une croissance de 107 %.

Perspectives 2006

En 2006, le marché du tourisme devrait confirmer sa reprise sous réserve d'une pandémie de grippe aviaire. La vigilance et la politique de maîtrise de coûts resteront d'actualité compte tenu de la faible croissance économique de certains pays européens. Le bon maintien des activités traditionnelles couplé à la recherche de nouveaux canaux de distribution et à la diversification du Groupe dans le secteur de la Santé, constitueront les fondements d'une croissance régulière.

Le développement en Asie, notamment avec la signature d'un joint-venture avec la première compagnie d'assurance japonaise, Millea Holdings – qui détient Tokio Marine et Nichido –, devrait se révéler particulièrement prometteur.

Avec ses quelque huit mille salariés mobilisés dans le monde entier, le groupe Mondial Assistance est engagé au service de ses clients, partenaires et actionnaires. Il a la capacité d'offrir chaque année des prestations toujours plus performantes dans le respect des valeurs économiques, environnementales et humaines qui sont les siennes.

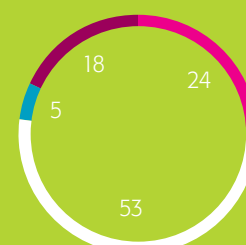
CHIFFRES CLÉS

- 8 083 salariés répartis sur les 5 continents
- 400 000 prestataires de service
- 240 correspondants
- Près de 10 millions d'interventions par an
- 1 intervention toutes les 3 secondes
- Plus de 30 centres opérationnels dans 28 pays
- Chiffre d'affaires 2005 : 1,2 Md€ en part totale
- Résultat net : 47,7 M€, soit une croissance de 107 % en part totale

Répartition géographique du chiffre d'affaires Mondial Assistance

En pourcentage

- France
- Europe
- Amérique du Sud
- Autres pays



Glossaire

Action

L'action est un véritable titre de propriété. Elle donne des droits : droit pécuniaire, droit à l'information, droit de vote, droit sur les actifs.

Agences de notations (développement durable)

Les agences de notations analysent les comportements des entreprises dans les champs environnemental et social. Ces agences peuvent être des organismes indépendants, des associations, des banquiers, des investisseurs... Elles vendent ensuite leurs analyses aux investisseurs qui veulent prendre en compte les critères de développement durable et créent leur propre indice boursier éthique.

– EIRIS (Ethical Investment Research Service) www.eiris.org et www.FTSE4Good.com

– SAM (Sustainable Asset Management) www.sam-group.com et www.sustainability-index.com

– VIGEO - www.vigeo.com

Assurance Collective

Assurance Collective ou assurance de groupe. Elle comprend l'ensemble des contrats d'assurances qu'une entreprise souscrit pour tout ou partie de ses salariés (complémentaire santé, retraite et prévoyance).

Assurance-Crédit

Elle permet aux entreprises de s'assurer contre les risques d'impayés de leurs clients.

Assurance IARD des entreprises

Elle comprend l'ensemble des assurances dommages et responsabilité (Incendie, Accidents, Risques Divers, perte d'exploitation) concernant l'entreprise.

Assurance IARD des particuliers

L'assurance IARD des particuliers (Incendie, Accidents, risques Divers) recouvre l'ensemble des assurances dommages et responsabilité civile concernant les particuliers, principalement l'assurance automobile et l'assurance multirisque habitation.

Assurance des risques spéciaux

Elle regroupe l'ensemble des contrats d'assurances qui, en raison des spécificités des biens ou des personnes assurés, ne rentrent pas dans les catégories usuelles de contrats d'assurances.

Assurance Santé Individuelle

Elle regroupe les contrats souscrits individuellement pour garantir le remboursement des dépenses de santé en complément du régime social de base (frais médicaux et dentaires, hospitalisation, optique, spécialistes, radios, ...). En option à ces contrats, des garanties peuvent être souscrites pour préserver le maintien des revenus en cas d'arrêt de travail ou d'invalidité.

Assurance Transport

Elle concerne aussi bien l'assurance des marchandises transportées que celle des moyens de transport (marine ou aviation).

Assurance Vie

Elle comprend deux grands types de produits :

- les produits d'assurance décès qui garantissent le versement d'un capital à un bénéficiaire en cas de décès de l'assuré ;
- les produits d'assurance Vie qui garantissent le versement à l'assuré, ou à ses ayants-droit, d'un capital augmenté des intérêts à l'échéance du contrat ou d'une rente pour la retraite.

Augmentation de capital

Quand une société a besoin de fonds, elle peut procéder à une augmentation de capital. Elle propose, notamment aux anciens actionnaires, de souscrire à de nouveaux titres à un prix déterminé.

Bénéfice par action

Il s'agit du résultat net consolidé divisé par le nombre de titres composant le capital social, déduction faite des titres en auto-détention.

Capitalisation boursière

Il s'agit de la valeur boursière d'une entreprise. Elle se calcule en multipliant le cours de Bourse par le nombre d'actions qui composent le capital social, déduction faite des titres en auto-détention.

Cotisation

Sommes payées par l'assuré pour la garantie d'un risque. On distingue :

- les cotisations émises : montant facturé au cours de la période pour la couverture des risques prévus au contrat,
- les cotisations acquises : part des primes émises au cours de la période ou antérieurement, correspondant à la couverture des risques pendant la période considérée.

Développement durable (sustainable development)

Lancé en 1987 par la Commission Brundtland des Nations Unies, ce concept se fonde sur l'idée qu'il faut "répondre aux besoins des générations actuelles tout en préservant ceux des générations futures". Appliquée à l'entreprise, une politique de développement durable suppose la poursuite simultanée de 3 objectifs ("Triple bottom line") : "la croissance économique, la préservation de l'environnement et le bien-être social".

Dividende

Partie du bénéfice d'une société distribuée à l'actionnaire. On distingue le dividende net, somme effectivement versée par l'entreprise à son actionnaire, et le dividende brut, qui inclut également l'avoir fiscal.

Entretien annuel d'appréciation (EAA)

Son objectif

L'EAA permet aux managers et collaborateurs d'instaurer un dialogue qui va au-delà du quotidien professionnel, afin de dresser un bilan de l'année écoulée et de réfléchir aux perspectives de l'année à venir. C'est l'occasion pour le collaborateur d'exposer son point de vue sur l'aspect technique de son poste, d'exprimer ses besoins, mais aussi les problèmes rencontrés.

Son déroulement

Il s'articule autour de deux axes, l'organisation du travail et le développement professionnel des collaborateurs. Dans un premier temps, il s'agit d'apprécier la performance et d'évaluer les résultats obtenus à partir de faits précis, vérifiables et quantifiables. Ensuite, les compétences techniques et relationnelles, ainsi que les capacités à s'adapter au poste sont passées en revue. Enfin, manager et collaborateur définissent de nouveaux objectifs en précisant des indicateurs de performance à retenir.

Fonds propres

Total des actifs possédés par une société moins l'ensemble des dettes.

Global compact (Pacte Mondial)

Lors du forum économique mondial qui s'est tenu à Davos en janvier 1999, le Secrétaire général de l'ONU avait lancé un appel à toutes les entreprises pour qu'elles participent avec les Nations Unies à l'avènement d'une mondialisation plus équilibrée. Il avait proposé le projet baptisé "Global Compact" (Pacte mondial) qui associerait les entreprises à la mise en place d'un cadre de bonnes pratiques sociales et environnementales au niveau international.

Les principes du Pacte Mondial (Global Compact)

Le Secrétaire général des Nations Unies a demandé au monde des affaires de :

Principe 1 : soutenir et respecter la protection des droits de l'homme dans la sphère de leur influence ;

Principe 2 : s'assurer que leurs propres sociétés ne sont pas complices dans les abus de droits de l'homme ;

Principe 3 : la liberté d'association et la reconnaissance du droit aux associations collectives (conventions collectives de travail) ;

Principe 4 : l'élimination de toutes les formes de travail forcé et obligatoire ;

Principe 5 : l'abolition du travail des enfants ;

Principe 6 : l'élimination de la discrimination dans le travail et les professions ;

Principe 7 : soutenir une approche préventive pour les défis environnementaux ;

Principe 8 : prendre une initiative pour promouvoir encore plus la responsabilité environnementale ;

Principe 9 : encourager le développement et la diffusion des technologies environnementales ;

Principe 10 : Les entreprises sont invitées à agir contre la corruption sous toutes ses formes, y compris l'extorsion de fonds et les pots-de-vin.

Indice

Instrument de mesure et de comparaison de performance des actions et des obligations.

Institut de France

Créé en 1795, l'Institut de France est le regroupement de cinq Académies : l'Académie Française, l'Académie des inscriptions et Belles-Lettres, l'Académie des Sciences, l'Académie des Beaux-arts et l'Académie des Sciences morales et politiques. Parlement du monde savant, il a pour mission de perfectionner les arts et les sciences et de gérer les dons, legs et fondations dont il est dépositaire. C'est ainsi que l'Institut de France est la plus ancienne et la plus prestigieuse institution à pratiquer le mécénat.

Investissement socialement responsable (ISR)

Amy Domini part du constat que “la manière dont nous investissons crée le monde dans lequel nous vivons”. L'Investissement Socialement Responsable ne prend pas uniquement en compte des critères de performance financière mais considère aussi la capacité des entreprises à créer de la valeur durable. Selon ses priorités et ses convictions, l'investisseur a le choix entre un fonds qui exclut les entreprises dont les activités peuvent blesser certaines sensibilités (armement, alcool, tabac), ou un fonds qui regroupe les entreprises aux meilleures pratiques dans les domaines environnemental et social.

Marge de solvabilité

Montant réglementaire à constituer, en complément des provisions techniques, pour assurer le respect des engagements envers la clientèle.

Parties-prenantes

Les parties-prenantes d'une entreprise (stakeholders) sont toutes les entités sociales qui peuvent être impactées par les activités d'une entreprise. Il ne s'agit donc pas uniquement des clients, salariés ou actionnaires, mais aussi des habitants et des institutions publiques de la localisation de l'activité de l'entreprise, les fournisseurs, les ONG...

PER

Price Earning Ratio, rapport entre le cours de bourse et le bénéfice net par action. On l'appelle également multiple de capitalisation.

Provisions techniques

Montant des engagements d'un assureur envers ses clients. Elles figurent au passif du bilan.

Ratios combinés

Les ratios combinés sont calculés sur la base du rapport Sinistres nets de réassurance et frais d'acquisition et de gestions nettes/ primes acquises nettes de réassurance.

Réassurance

Opération par laquelle un assureur se protège contre les risques auxquels il ne pourrait pas faire face compte tenu de ses fonds propres, moyennant une prime de réassurance versée à un réassureur.

UES (Unité Économique et Sociale)

Désirant créer des institutions représentatives du personnel communes aux différentes entités qui exercent l'activité principale d'AGF, l'accord du 21 octobre 1998 définit l'unité économique et sociale du groupe AGF par référence aux sociétés d'assurance du Groupe (hors assurance crédit) et aux activités de supports exercées par celles-ci et par les autres. Au 24 octobre 2002, l'UES regroupait les entités suivantes : AGF Iart, AGF informatique, AGF la Lilloise, AGF Vie, Arcalis, AGF Afrique, AGF Immobilier, La Rurale et Protexia. L'UES représente 14 200 personnes soit 41,6 % de l'ensemble des effectifs d'AGF.

Valeur nette comptable

Il s'agit de l'actif net de la société, soit le total des actifs sous déduction de l'ensemble des dettes. C'est en quelque sorte le patrimoine de la société. On peut la calculer pour la société mère (valeur nette comptable sociale) ou pour l'ensemble d'un groupe de sociétés (valeur nette comptable consolidée).



Assurances Générales de France
Siège social : 87, rue de Richelieu - 75002 Paris
Société anonyme au capital de 869 580 265,17 euros. 303 265 128 RCS Paris