

Marché d'assurance vie

Septembre 2004



vivre confiant

Quels types des contrats d'assurance vie commercialisons-nous dans le marché américain?

Temporaire-décès

- Garantie décès déclenchable pendant une période de temps prévue dans le contrat
- Pas de constitution d'épargne
- Un maximum de couverture pour un minimum de coûts

Unités de compte

- Connu comme 'Variable Life', épargne-retraite en unités de compte
- Une épargne est constituée dans le cadre de la police d'assurance vie
- Le risque est porté par le client détenteur de la police
- Les primes sont investies dans des fonds en action similaires aux OPCVM

Non-unités de compte

- Comprend les 'universal life' et l'assurance vie entière traditionnelle
- Une épargne est constituée dans le cadre de la police d'assurance vie
- Les primes sont investies par la société d'assurances pour le compte du client qui en retour² reçoit un taux garanti



Une société à la pointe de l'innovation en terme de nouveaux produits et de réponse rapide à un marché dynamique

- Nos origines:
 - Longue expérience en assurance vie traditionnelle
 - Première société à lancer l'assurance vie en unités de compte
- Les années 90 :
 - Leader du marché en unités de comptes (vie universelle en UC)
 - Nous avons profité de la hausse du marché des UC dans les années 90
- Début des années 2000:
 - Le marché se détourne des UC et des risques actions
 - Le marché se tourne vers des produits non-UC compétitifs
 - AXA se concentre sur le développement d'un portefeuille diversifiée de produits d'assurance vie








Caractéristiques clés des produits vie d'AXA Financial

temp. décès

Non-UC

UC

Réversion

- Gestion professionnelle des investissements.....
- Diversification des investissements..
- Rente garantie disponible.....
- Option rente garantie en cas de vie...
- Revenus garantis
- Report d'impôts.....
- Gratuite des transferts de fonds à fonds.....
- Crédits/rachats sur une base de crédits d'impôts différés.....
- Protection contre le risque de défaut...
- Impôt sur le revenu-garantie en cas d'impôts libre d'impôt 
- Possibilités de report des primes 



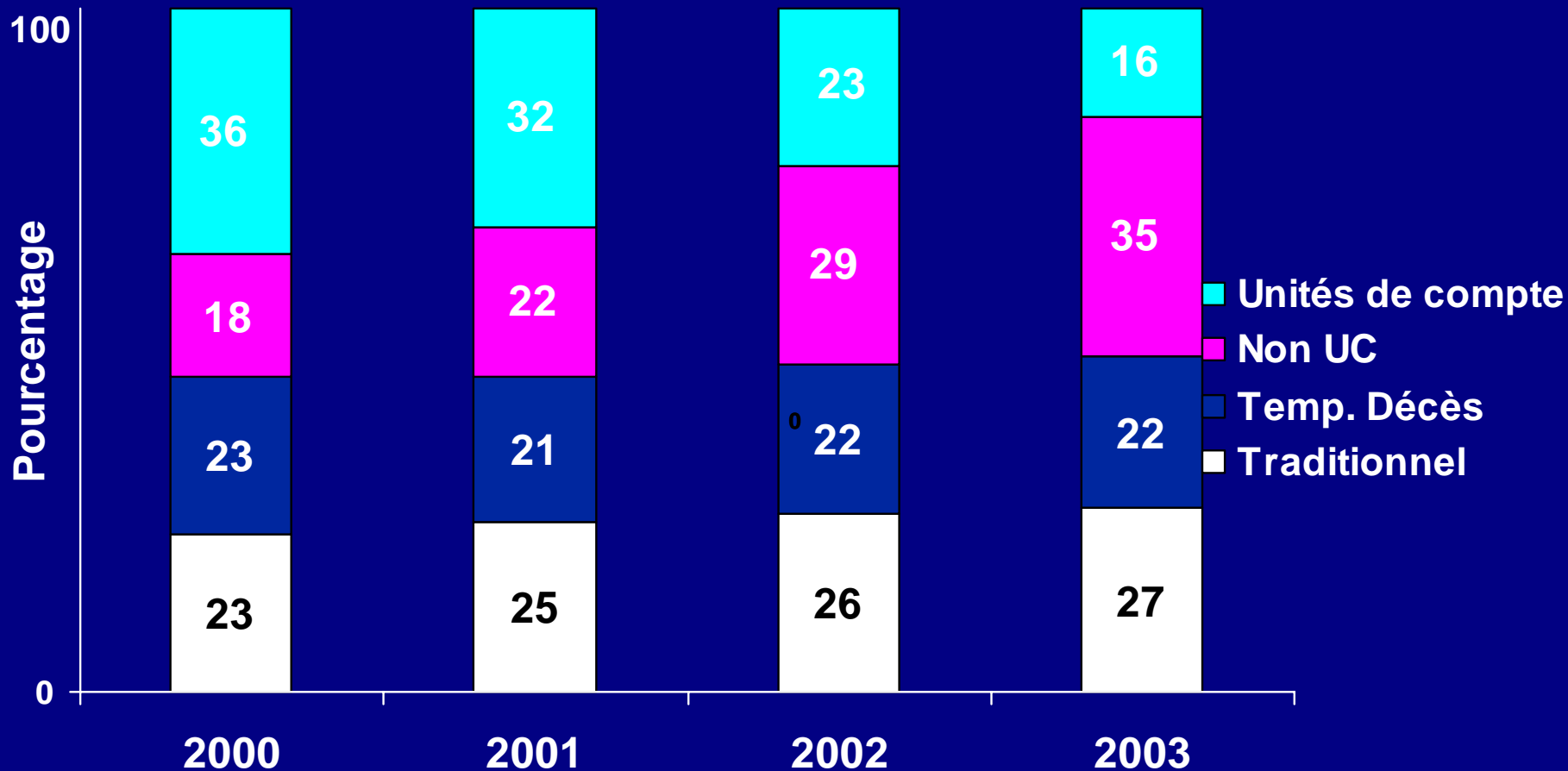
Stratégie de développement des produits d'assurance vie

- Construire un portefeuille vie diversifié comparable à ceux de nos concurrents vie et qui respecte les objectifs de rentabilité d'AXA
- Commercialisation de produits parmi les plus performants du marché qui répondent aux besoins de nos canaux de distribution:
 - Agents AXA et MONY
 - Marché de distribution aux tiers via le courtage
- Promouvoir un développement efficace basé sur la valeur des affaires nouvelles
- Priorité à nos marché de niche, soit la classe moyenne et supérieure. Identifier les segments de forte croissance pour cibler de manière plus efficace notre portefeuille de produits (ex : femmes du troisième âge)



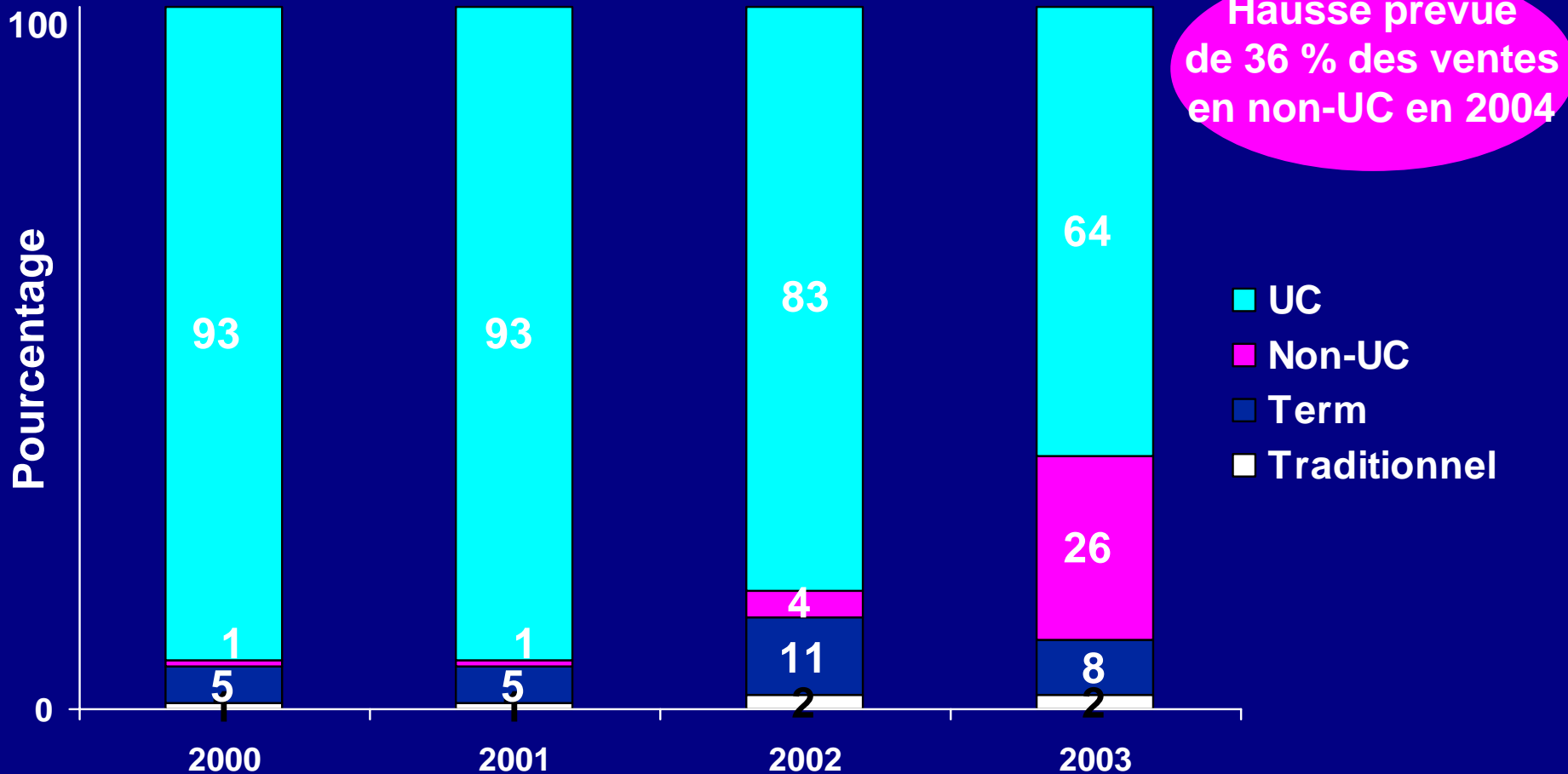
Le segment Vie s'est détourné des produits en unités de compte

Répartition du marché assurance vie par type de produits



AXA Equitable a développé des produits pour s'adapter aux besoins en non-UC

Primes d'AXA Equitable par type de produit



Priorité à notre produit phare en unités de compte

- Nouvelle version de Incentive Life/Survivorship Incentive Life en 2002
 - ➔ Meilleure performance compétitive que les versions précédentes
 - ➔ Nous sommes prêts à re-tarifier pour le deuxième semestre 2005 pour augmenter la compétitivité de notre produit
- Rajout d'un fonds d'allocation d'actifs Lifestyle aux produits d'assurance vie en unités de compte en octobre 2003
- Nos cibles sont les personnes entre 35 et 45 ans qui s'intéressent tant à l'accumulation d'actifs tout en bénéficiant d'avantages fiscaux qu'à la couverture de leurs besoins en terme de transferts de patrimoine

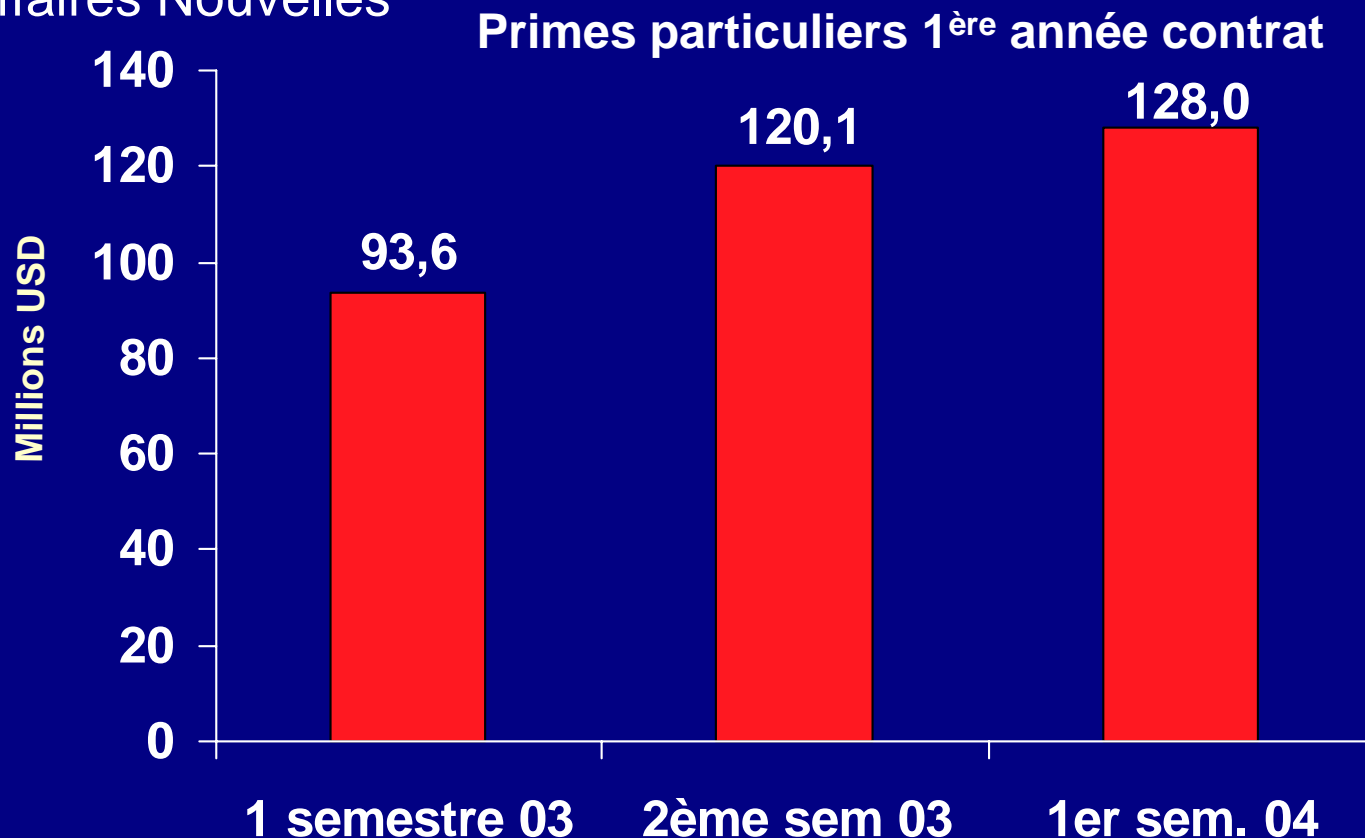


Portefeuille diversifié en vie combinant des produits non-UC et de l'innovation produits

- Lancement d'Athena I en juin Launched Athena I en juin 2003
 - ➔ Produit proposant des primes compétitives et une garantie décès
 - ➔ Athena a permis de diversifier notre portefeuille et de compléter notre gamme de produits, dont le point fort étaient les produits en UC
- Nouvelle version Athena II lancée en juillet 2004
 - ➔ Pressions du marché pour améliorer la compétitivité
 - ➔ Le produit combine un portefeuille d'unités de compte ainsi qu'une garantie compétitive et une forte accumulation de performances
- La cible sont les personnes entre 55 et 65 ans qui sont généralement réticentes à prendre des risques et s'intéressent aux garanties décès

AXA Equitable augmente ses ventes depuis le début de 2003

- Hausse de la rentabilité tout en continuant nos efforts d'augmentation des ventes en assurance vie
- Les primes d'assurance vie ont un fort impact en terme de Valeur d'Affaires Nouvelles



Les synergies avec les produits d'assurance vie de MONY facilitent la diversification du portefeuille

- Le choix des 'meilleurs' produits vie des portefeuilles d'AXA Equitable et de MONY débouchera sur des ventes croisées entre les réseaux des deux organisations (ex. Athena distribuée par les agents MONY)
- Incorporation d'une unité de MONY qui sert des sociétés d'assurance appartenant à des banques ou à d'autres sociétés. Les notations d'AXA vont renforcer la valeur des produits et les conseillers financiers d'AXA auront un accès direct à cette entité dédiée.
- Le rajout de U.S. Financial Life (USFL) qui a souscrit en 2003 65 millions en USD en risques aggravés. USFL enrichit la gamme d'AXA et nous rend actifs dans un marché dans lequel nous n'étions pas présents.



Qu'est-ce que c'est U.S Financial Life?

- Commercialise des produits d'assurance temporaires décès et produits d'assurance vie non-UC vers des clients présentant des profils de risques spécifiques
- Spécialistes des 'Clinical Underwriting[®]', qui a une approche individuelle de la souscription
- Ce produits correspond à une niche qui se développe avec l'évolution démographique : les baby-boomers maintenant âgés qui nécessitent d'un suivi médical

Qu'est-ce que c'est "Clinical Underwriting"

- Clinical Underwriting est une approche de la souscription qui insiste sur l'importance des soins et du mode de vie du client qui peuvent améliorer le quotidien des malades chroniques
- Les clients potentiels incluent ceux souffrant de maladies de coeur, diabètes, obésité ou dépression
- Clinical Underwriting évite d'accepter des maladies dont le risque de mortalité n'est pas directement lié aux soins impartis ou à un changement de style de vie comme par exemple le cancer.

Position dans le marché d'AXA et MONY ensemble

Ranking 2003 en assurance vie par types de produits

	AXA	AXA et MONY
Total Vie	17	14
Unités de compte*	8	6
Assurance vie ** (Non UC)	18	14
Temporaires décès***	34	9



* VUL (Unit Linked) a 98,9 millions d'USD d'encours en 2003 ???had \$98.9M combined in 2003 combined

** UL (non-UC) a 75,4 millions d'USD en 2003 ???had \$75.4 M in 2003 combined

*** Temp décès a 70,9 m d'USD en 2003 (USFL inclus)had \$70.9M combined including USFL in 2003

Source : LIMRA



vivre Confiant
