

ALLIANZ SPOTLIGHT

LE COURAGE
C'EST CONNECTER
LES MONDES

DIGITALISATION
bénédiction ou
malédiction pour
les assurances?

CYBER RISK
votre entreprise
est-elle protégée?

PORTRAIT
Jvo Ruppner
donne vie aux espaces.

IMPRESSUM

ÉDITEUR

Allianz Suisse, Brand Management & Sponsoring
Richtiplatz 1, 8304 Wallisellen

DIRECTION DE LA RÉDACTION

Seline Schneider, Manuel Ott

RÉDACTION

Bernd de Wall, Roming Inauen, Manuel Ott,
Sarah Soland

GRAPHISME

Elina Blomgren Frei

CONCEPTION DIGITALE

Livia Hitz, Nora Koch

TRADUCTION

Service de traduction d'Allianz Suisse

IMPRESSION

Vogt-Schild Druck AG

LANGUES

Allemand, français, italien

VERSION WEB

allianz.ch/spotlight

CONTACT

spotlight@allianz.ch

SWISS MADE

Le magazine est produit en Suisse et paraît deux fois par an

PHOTO DE COUVERTURE

Clarisse Croset

Tous les textes et photos sont protégés par le droit d'auteur et ne peuvent être ni reproduits ni réutilisés. Tous droits réservés.

LE COURAGE C'EST CONNECTER LES MONDES



Seline Schneider

Directrice de la rédaction
Spotlight

Tout est connecté aujourd'hui. Nous achetons d'un clic, gérons notre logement sur notre smartphone et sommes en contact avec nos amis du monde entier via les médias sociaux. La digitalisation nous simplifie la vie. Mais elle génère aussi de nouveaux défis, comme la cybercriminalité (pages 12 – 13). Pour les assurances, cela a une incidence sur le comportement des clients, mais aussi sur les processus internes à l'entreprise. Vous découvrirez entre autres comment Allianz aborde les thèmes digitaux dans notre article de couverture à partir de la page 6.

Il se fait rare, mais existe encore: le véritable artisanat, tel que le pratiquent le scénographe du stand Allianz de l'Allianz Cinema, Jvo Ruppanner (pages 20 à 22) ou le viticulteur Gabriel Andrey (pages 14 et 15). Ces derniers ont aussi digitalisé des processus, mais l'artisanat reste au cœur de leur métier. Les activités en ligne et hors ligne tendent à fusionner toujours davantage et les frontières entre les deux sont de plus en plus floues. De ce

fait, l'attrait des expériences authentiques, qui impliquent tous nos sens, est renforcé. Un peu comme un plongeur dans la Limmat hivernale ou une séance de cinéma. Vous trouverez notre calendrier des manifestations 2020 à la page 23.

En ce qui me concerne, j'aime délaissier les écrans au profit d'un vrai livre. Que l'on peut feuilleter. Dont on peut corner les pages. Et qui a la bonne odeur du monde originel. Comme notre Spotlight. Bonne lecture!

P.-S. Cette édition a été réalisée en télétravail pendant la crise du coronavirus, grâce aux solutions digitales.

NOUS NOUS INTÉRESSONS À CE QUI VOUS INTÉRESSE

Et à l'intérêt que vous portez à Spotlight. Donnez-nous votre avis en répondant à notre sondage rapide. Cela ne prend que trois minutes. Merci de votre collaboration.



[allianz.ch/
spotlight-enquête](http://allianz.ch/spotlight-enquête)



SOMMAIRE

EN COUVERTURE, 6 – 11
Le meilleur des mondes
 Pleins phares sur la digitalisation et son incidence pour Allianz.

ENTREPRISES, 12 – 13
Cyber Risk
 Notre expert en cybercriminalité dévoile les risques que recèle l'Internet.

ENTREPRISES, 14 – 15
«Mon métier m'offre beaucoup de liberté»
 Entretien avec un client entreprises

FACTS, 16 – 17
Le saviez-vous?
 Notre durabilité est avérée.

ALLIANZ INSIDE, 18
Les dernières nouveautés de l'univers Allianz

PRODUITS, 19
Nos nouveautés produits

PORTRAIT, 20 – 22
«Plus le monde est virtuel, plus nous avons besoin d'expériences authentiques.»
 Le scénographe Jvo Ruppanner nous parle de l'artisanat et des espaces de vie.

ÉVÉNEMENTS, 23
À vos agendas
 Voici nos points forts de l'année.

COOPÉRATION, 25
Mobility
 Vous voulez tester l'autopartage? Obtenez votre crédit gratuit.

DIVERSITY 27
Distinction
 Allianz obtient le label LGBTI Suisse.

CONCOURS, 28
Augmentez votre budget de vacances en gagnant des bons de voyage.

NOTRE HÔTE, 29
L'assurance et moi
 Petites causes, grandes conséquences. La parole à Alexandra Kruse.

SPOTLIGHT, 30
Marcel Hug
 L'athlète professionnel en fauteuil roulant voyage dans le monde entier.

LE MEILLEUR DES MONDES

Nous nous trouvons au cœur de la transformation digitale. Notre article de couverture aborde les conséquences qu'elle a pour les assurances et pourquoi Allianz choisit de «rester analogique» dans certains domaines.

Texte: Seline Schneider

Photo: Allianz Suisse

La digitalisation modifie radicalement notre monde. Les technologies modernes font partie intégrante de notre quotidien et influencent la manière dont nous communiquons, travaillons et vivons. Tout est interconnecté et accessible, où que l'on se trouve dans le monde. Cela simplifie beaucoup de choses. Mais cela engendre aussi une série de nouveaux risques et défis. Il convient donc d'exploiter correctement l'énorme potentiel du monde digital tout en gardant ses dangers à l'esprit.

Digitalisation dans les assurances

La digitalisation modifie aussi tous les domaines de l'assurance de manière durable. D'une part, elle donne naissance à de nouveaux risques liés par exemple à la protection des données ou à la cybercriminalité. D'autre part, de nouvelles méthodes d'évaluation des risques sont désormais disponibles. Mais les processus de traitement des données ou de gestion des sinistres évoluent également. Les voies d'accès digitales permettent de traiter les données plus rapidement et aisément. Les clientes et clients ne sont plus obligés de téléphoner ou de se présenter en personne pour des détails et peuvent même conclure un contrat ou déclarer un sinistre en ligne. Cela répond aux nouveaux besoins de la clientèle qui sont de plus en plus importants en conséquence de la transformation digitale.

PARTENARIATS DIGITAUX

Allianz X est l'unité d'investissement digital du groupe Allianz. Elle investit dans des entreprises digitales en croissance qui font partie de notre écosystème en lien avec l'assurance.
allianzx.com

Nouveaux besoins de la clientèle

À l'heure actuelle, les clientes et clients veulent encore plus être considérés individuellement et à ce titre, recevoir une offre de services et de produits adaptés à leurs besoins avec des conclusions rapides et une transparence élevée. Les assurances « à la demande » sont en plein essor. Le principe: une couverture rapide, simple et adaptée aux besoins avec une durée contractuelle flexible. Les clientes et clients veulent aussi être informés rapidement et facilement, participer activement aux discussions et donner un feedback direct. Les nouvelles technologies offrent des possibilités novatrices à cet égard. L'interaction avec la clientèle passe aujourd'hui par des sites Internet avec des fonctions de chat, des applications ou les médias sociaux.

Ces formes d'interaction digitales ne remplacent par les canaux traditionnels, mais les complètent. La nouvelle norme

est d'associer plusieurs voies d'accès en interaction pendant un dialogue. Il ne s'agit plus de distinguer la communication en ligne de celle traditionnelle, mais d'utiliser simplement les canaux qui répondent aux besoins du moment. Les processus doivent donc être conçus pour répondre de manière optimale aux besoins de la clientèle tout au long du parcours client, du premier point de contact jusqu'à la décision d'achat.

Tout ce qui brille n'est pas digital

Bien que les voies d'accès digitales et les nouvelles technologies gagnent du terrain, le conseil personnel reste un atout. C'est ce que confirment les dernières statistiques. Chez Allianz, plus de 80% des clientes et clients concluent leur assurance par le biais d'un conseiller ou d'une conseillère à la clientèle. Certes, plus des deux tiers des clientes et clients consultent le site Internet d'une entreprise pour s'informer

sur ses produits et prestations de services. Mais la plupart d'entre eux veulent ensuite bénéficier d'un conseil personnel. Chez nous, vous avez également la possibilité de conclure directement un produit d'assurance en ligne et d'être ensuite suivi personnellement par un conseiller ou une conseillère. Ces solutions hybrides sont de plus en plus prisées.

On constate une tendance contraire à la digitalisation même chez les plus jeunes. Il arrive souvent que les jeunes adultes apprécient un conseil personnel pour s'orienter rapidement sur un marché. Afin de comprendre encore mieux les besoins de la génération Y, nous organisons, en collaboration avec SEF.NextGen, des manifestations au cours desquelles de jeunes adultes se questionnent sur des thèmes liés au monde de l'entreprise et formulent activement de nouvelles idées.

VOLONTAIREMENT NON DIGITAL

Chez Allianz, nous misons volontairement sur des moyens analogiques dans certains domaines, parallèlement à notre stratégie de digitalisation.

Récapitulatif des assurances

Vous appréciez notre récapitulatif des assurances parce qu'il est sur papier et qu'il constitue un aperçu de toutes vos assurances sur une seule page.

Spotlight

Notre magazine clients est encore envoyé par courrier. Vous recevez ainsi quelque chose d'agréable en même temps que votre facture. Si vous préférez lire la version digitale de Spotlight, veuillez nous en informer.

allianz.ch/spotlight-enquête

BIEN QUE LES VOIES D'ACCÈS DIGITALES ET LES NOUVELLES TECHNOLOGIES GAGNENT DU TERRAIN, LE CONSEIL PERSONNEL RESTE UN ATOUT.



ALLIANZ NEXTGEN BOARD

Certains des participants au SEF.NextGen Camp constituent notre Allianz NextGen Board. À ce titre, ils assument la fonction d'un jeune conseil d'administration et évaluent nos projets et nos idées d'un œil critique.

DIGITALISATION CHEZ ALLIANZ

Notre stratégie de digitalisation est largement axée sur les besoins de nos clientes et clients. Nous essayons d'y répondre le mieux possible et d'adapter en permanence nos solutions. Dans plusieurs domaines, nous mettons donc progressivement en œuvre des projets de digitalisation.



Outils techniques de conseil

Afin d'optimiser notre processus de conseil et de répondre de manière adéquate aux nouveaux besoins de la clientèle, nous mettons plusieurs outils modernes (par exemple la nouvelle appli de conseil) à la disposition de notre service externe.

Nouveaux site Internet et portail clients

Notre site Internet allianz.ch a fait peau neuve l'été dernier, avec un nouveau design, un langage simple et compréhensible, des pages de conseils, une fonction de recherche, de meilleurs services en ligne, etc. Vous pouvez calculer, voire conclure nos assurances directement en ligne.

Nous avons également remanié le portail clients (autrefois myAllianz). Pour vous connecter, il vous suffit maintenant d'avoir votre numéro de client et vous recevrez un code d'accès directement sur votre téléphone mobile. L'ancien processus d'enregistrement a été supprimé.

Traitement simplifié des sinistres

Si vous avez conclu une assurance auto chez nous et que vous déclarez un sinistre, vous recevez désormais une mise à jour en temps réel de l'état du sinistre. Ces mises à jour de statut, envoyées par e-mail, vous tiennent au courant du traitement de votre sinistre.

Depuis fin 2019, les clientes et clients privés ont la possibilité de déclarer facilement en ligne des sinistres relatifs à l'assurance ménage. Le dossier du sinistre est préparé avec un minimum de données et une réparation peut être organisée directement sur demande.

allianz.ch/declaration-de-sinistre

Live-Chat

Depuis fin 2016, vous avez la possibilité de chatter en direct avec notre service à la clientèle sur notre site Internet. Vous avez des questions sur des produits ou des prestations de services? Ou vous souhaitez savoir où se trouve l'agence la plus proche? Notre personnel vous aidera rapidement et sans engagement... plus besoin de téléphoner.

LA CYBER-CRIMINALITÉ EN TÊTE DES RISQUES

Selon un sondage mondial d'Allianz, les cyberincidents figurent pour la première fois en tête des risques d'entreprises.

Texte: Bernd de Wall

La digitalisation progresse de plus en plus vite et ainsi le risque de faire l'objet d'une cyberattaque. En dérobant des informations, en introduisant des maliciels dans les réseaux internes ou en paralysant les serveurs, les cybercriminels peuvent causer des dommages aux entreprises se chiffrant en millions de francs, nuire à leur image, voire entraîner une interruption

d'exploitation pouvant mettre leur existence en péril.

Le fait que la cybercriminalité représente une menace sérieuse est confirmé par la 9^e édition de l'Allianz Risk Barometer, pour lequel ont été interrogés plus de 2700 professionnels du risque dans plus d'une centaine de pays. Les cyberincidents ont dépassé les interruptions d'exploitation

et constituent pour la première fois le risque n°1 des entreprises, en Suisse et dans le monde entier. En troisième position viennent les craintes de changements juridiques (par exemple les conflits commerciaux et le protectionnisme). La progression la plus nette est enregistrée par l'impact du changement climatique, qui préoccupe de plus en plus le monde économique et se situe en 7^e position.



Questions à Carlos Casian, expert en cyberrisques d'Allianz Suisse.

Les entreprises peuvent-elles vraiment se protéger contre les cyberattaques?

Sur le plan technique, un programme antivirus, un pare-feu et des mises à jour régulières des logiciels sont indispensables. Un facteur particulièrement décisif est la manière dont nous traitons les attaques d'hameçonnage. Le personnel doit être régulièrement rendu attentif aux cyberrisques et être formé dans ce domaine.

Les médias font souvent état d'incidents spectaculaires. Les entreprises sont-elles vraiment encore négligentes?

Beaucoup d'entre elles sont conscientes des dangers mais en font souvent trop peu. Dans le pire des cas, leur existence est mise en jeu si un piratage paralyse la production ou l'activité. Les risques sont d'autant plus élevés que l'économie est interconnectée. En tant qu'entreprise, je dois me poser les questions suivantes: à quels risques sommes-nous exposés? Pouvons-nous supporter l'impact financier d'une cyberattaque? Une cyberassurance aide à mieux contrôler ces risques.

J'ai été victime d'un piratage. Que dois-je faire?

C'est une question qu'il faut absolument se poser avant d'être piraté. Dans tous les cas, nous recommandons d'informer ses experts informatiques immédiatement et de contacter son assureur.

Vous trouverez des détails sur notre assurance Cyber Risk ici: allianz.ch/cyber-risk

«MON MÉTIER M'OFFRE BEAUCOUP DE LIBERTÉ»

La famille de viticulteurs Andrey exploite un domaine viticole au bord du lac de Biene depuis cinq générations. Nous avons demandé à Gabriel Andrey comment la digitalisation transformait son travail et s'il ressentait l'impact du changement climatique.

Interview: Sarah Soland

La viticulture est un métier très artisanal. Comment vos méthodes de travail ont-elles évolué à l'époque de la digitalisation?

La digitalisation simplifie tout. Mais le conseil personnel reste encore très important.

À quoi attachez-vous de l'importance pour la culture de votre cépage?

Les méthodes de culture ont énormément évolué. Notre culture est maintenant très proche de la nature et nous encourageons la biodiversité. Nous avons des nichoirs pour les oiseaux et des espaces



verts que nous ne fauchons qu'une fois par an. Nous n'utilisons ni insecticides ni herbicides. Si la biodiversité augmente, nous avons moins de problèmes de parasites. L'environnement s'auto-régule. Nous voulons aussi que notre vin soit proche de la nature. On peut agréablement arrondir les vins avec les techniques modernes. Mais cela leur fait perdre leur caractère. C'est pourquoi nous intervenons aussi peu que possible au niveau du processus de pressurage du vin.

Êtes-vous impacté par le changement climatique?

Il y a eu plus de grêle au cours des 10 à 15 dernières années. Reste à savoir si cela est lié au changement climatique. En tout cas, nous sommes bien assurés (il sourit). Comme il fait de plus en plus chaud, nous devons irriguer beaucoup plus en été. De ce fait la

maturation des raisins est plus rapide et leur teneur en sucre plus élevée, ce qui renforce l'arôme du vin. Mais nous devons vraiment choisir le bon moment pour la vendange, sinon le vin sera trop sucré.

Qu'est-ce que vous aimez dans votre métier?

La viticulture est un métier très varié. On s'occupe de biologie, de microbiologie, de mécanisation, de la vente, du marketing et j'en passe. Mais c'est surtout un métier encore très artisanal: on doit ressentir et sentir les raisins. Je peux souvent décider de la façon dont

je gère mon temps. Cela me donne beaucoup de liberté.

Quel est votre vin préféré?

Quand nous nous réunissons autour d'un verre, nous choisissons en général un Chasselas. Cette préférence m'a été transmise dès le berceau. Mais depuis mon apprentissage, je suis un grand amateur de Pinot Noir.

«LES MÉTHODES DE CULTURE ONT ÉNORMÉMENT ÉVOLUÉ.»

Voulez-vous aussi assurer votre entreprise de manière optimale? Nous vous aidons.

allianz.ch/entrepreneurs

NOTRE DURABILITÉ EST AVÉRÉE. Le groupe Allianz est premier du secteur depuis plusieurs années dans l'indice très suivi qu'est le Dow Jones Sustainability Index. **WAOUH!** Le siège principal d'Allianz à Wallisellen bénéficie d'une exploitation neutre en CO₂. Nous évaluons les entreprises dans lesquelles nous investissons à l'aide d'un scoring de durabilité. **C'EST BIEN VRAI.** Chaque collaborateur peut se porter bénévole un jour par an pour une bonne cause. **FORMIDABLE, NON?** Allianz était la première entreprise partenaire de la Croix-Rouge suisse. Nous éteignons chaque année toutes nos lumières lors de l'Earth Hour. **SANS BIAGUE!** Allianz s'est fixé pour objectif de n'utiliser que de l'électricité verte dans le monde à partir de 2023. **GO GREEN!** En tant que membre fondateur de la Fondation Suisse pour le Climat, nous avons contribué à l'économie de 650 000 tonnes de CO₂.



LES DERNIÈRES NOUVEAUTÉS DE L'UNIVERS ALLIANZ

Les distinctions font toujours plaisir. Nous en avons reçu trois cette année. En matière de produits, nous avons également des nouveautés.

Texte: Bernd de Wall, Manuel Ott

Or et argent

Nous vous demandons régulièrement votre avis. Êtes-vous satisfaits de nos services, nous recommanderiez-vous à vos amis? Le résultat: parmi les assureurs vie, vous nous attribuez la première place en termes de satisfaction client dans un sondage représentatif (Net Promoter Score). Dans les affaires Choses, (véhicules, voyages, logement et protection juridique), nous avons progressé pour atteindre la deuxième position. Merci beaucoup d'avoir voté.

Assureur le plus apprécié

Allianz a remporté la première place parmi les assureurs dans le classement des 100 marques les plus appréciées au monde. C'est un prestigieux succès pour notre marque à l'échelle mondiale. Nous remercions notre clientèle de sa confiance! Le Best Global Brands Ranking est réalisé chaque année par le cabinet de conseil en stratégie de marque Interbrand.

Meilleure notation

Une grande solidité financière, une stratégie convaincante et une confiance avérée de la clientèle: l'agence de notation internationale Standard & Poor's a attribué une meilleure note à Allianz Suisse, qui passe de AA- à AA (perspective stable). Nous sommes ainsi l'assureur direct suisse le mieux noté.



Photo: Matt Saling

Seuils d'entrée plus bas pour l'assurance ménage All Risk

Là où il y a de la vie, il y a... des risques. C'est pour cela que nous avons conçu notre assurance ménage All Risk. Elle permet de couvrir vos biens contre presque tous les risques, que vous ayez oublié votre sac préféré dans le train ou que vos enfants aient fait tomber un vase coûteux en jouant. Désormais, notre assurance ménage All Risk peut être conclue en cas d'inventaire de ménage à partir de CHF 100 000.-.

allianz.ch/assurance-menage

Couverture étendue pour la responsabilité civile privée

Désormais, notre responsabilité civile privée ne s'applique pas uniquement si vous vous déplacez avec votre propre trottinette électrique (jusqu'à 20 km/h) ou votre propre vélo électrique (jusqu'à 25 km/h). Nous vous couvrons également si vous utilisez des solutions de partage de véhicules.

allianz.ch/e-scooter

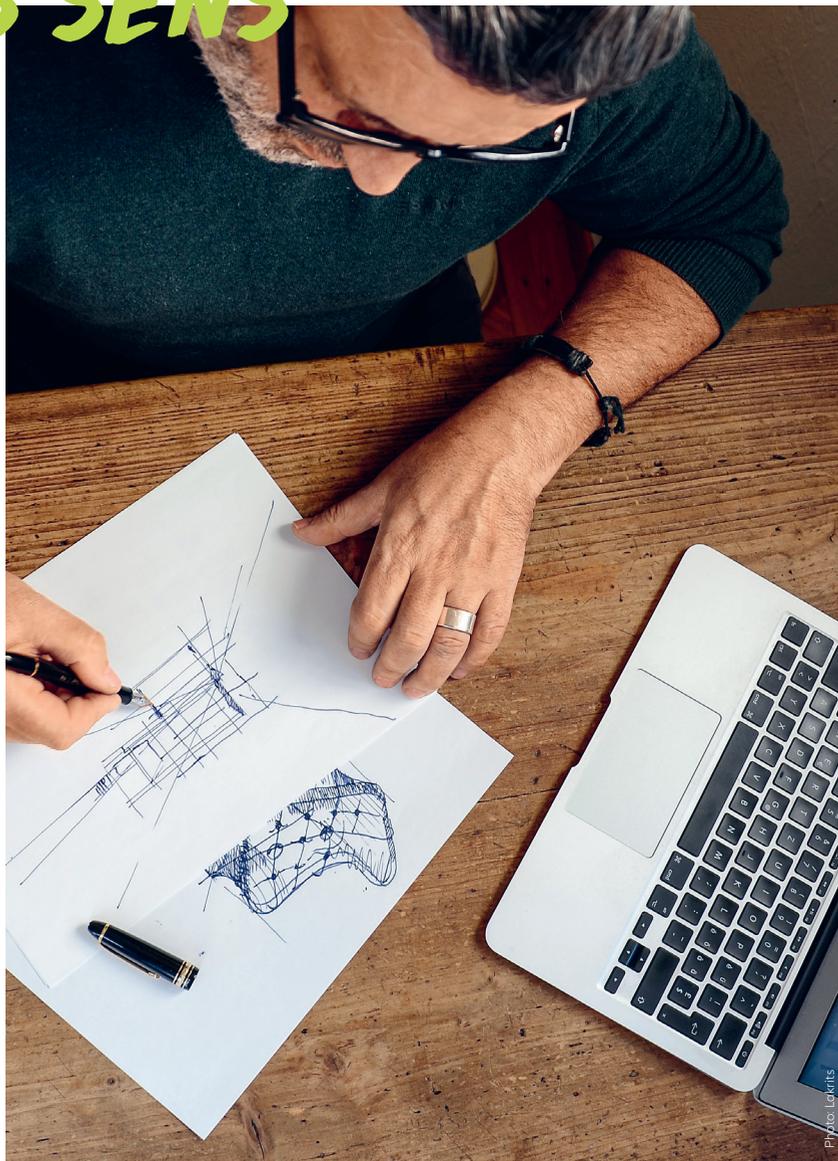
DÉVOUÉ À TOUS LES SENS

Jvo Ruppanner est scénographe. Cela veut dire qu'il transforme les espaces en lieux d'expérience, y compris pour Allianz. Au cours d'un entretien, il nous explique en quoi cela consiste et comment son métier a évolué au cours des dernières années.

Interview: Rominga Inauen

Monsieur Ruppanner, comment avez-vous choisi votre métier?

La création artistique m'a accompagné toute ma vie. Je suis sculpteur de formation et j'ai toujours été un peu irrité par l'art architectural. Pourquoi ne peut-on pas concevoir le bâtiment en pensant à sa beauté, me disais-je. J'ai donc aussi suivi une formation de charpentier et envisagé des études d'architecture. Mais la vie en a décidé autrement et je suis devenu indépendant.



Quelle est la source de votre créativité?

Pour moi, il y a deux formes de créativité. La première forme consiste à savoir regarder les choses sous une autre perspective. C'est un talent qui s'acquiert. La seconde est d'avoir accès à un trésor d'idées. La nature recèle d'idées pour moi. Elle constitue la base des formes et des couleurs: parfum des champs de fleurs ou rayons de soleil qui percent les nuages. La musique et la mode m'inspirent aussi bien sûr. Mais la nature reste le réservoir principal pour moi. Et il convient de l'alimenter régulièrement.

Travaillez-vous encore «en mode analogique» ou votre activité est-elle largement digitalisée?

Le début de notre travail et le produit fini sont surtout analogiques. Entre les deux, beaucoup d'étapes sont digitales. Au moment de l'esquisse, je pense un crayon à la main et je transpose mes idées sur le papier. Le projet n'est pas achevé avant d'avoir été construit. Et cette étape est évidemment tactile. Mais en général, les tâches analogiques et digitales sont intimement liées.

«PLUS LE MONDE EST VIRTUEL, PLUS NOUS AVONS BESOIN D'EXPÉRIENCES AUTHENTIQUES.»»

La priorité changera-t-elle dans les prochaines années?

Il est clair que la priorité sera plutôt l'analogique, ou l'interaction de l'analogique et du digital. L'être humain dispose de cinq sens qui ont besoin d'être stimulés. La digitalisation ne couvre que deux d'entre eux, dans le meilleur des cas. Plus le monde est virtuel, plus nous avons besoin d'expériences authentiques. Pour nous, cela signifie que les rencontres directes gagnent en importance.

Comment vos méthodes de travail ont-elles évolué au cours des 20 dernières années?

À mes débuts, nous recourions à des coursiers pour transmettre nos esquisses aux clients. Quand j'ai acheté mon premier ordinateur en 1997, nous avons commencé à envoyer nos dessins par e-mail: bien plus simple. Nos méthodes de travail changeront encore beaucoup à l'avenir. Nous ne tarderons pas à concevoir et à construire à l'aide de l'AR (Augmented Reality).

Pour moi, la digitalisation...
ce n'est rien de plus que ce qu'était l'imprimerie au 15^e siècle.

Vous êtes notamment responsable du stand Allianz d'Allianz Cinema. Comment Allianz Cinema se distingue-t-il des autres manifestations?
Le cinéma en plein air a lieu sur des sites superbes que l'on ne peut pas découvrir sous cette forme. C'est vraiment une expérience unique et formidable.



Photo: Lakris

Quels sont les principaux défis que pose la création du stand Allianz?

Notre ambition est de faire passer le message de manière aussi efficace et complète que possible. Les visiteurs doivent ressentir un sentiment positif et en garder un beau souvenir. Les attentes sont élevées, nous devons constamment nous réinventer et surprendre le public.

Comment y parvenez-vous? Y a-t-il des limites?

En éveillant les sens, en suscitant des émotions et en créant des expériences et une orientation. Il y a bien sûr des limites. On n'arrivera jamais à transmettre à 100% le sentiment d'assister à un coucher de soleil dans le désert. Mais nous voulons nous en approcher autant que possible.

Décrivez le sentiment que vous éprouvez quand vous découvrez le stand Allianz complètement monté.

(rit) Vous voulez vraiment le savoir? Quand il est terminé, je pense à ce qu'on aurait pu faire différemment. Mais ensuite je prends un peu de recul pour observer le résultat et j'en suis satisfait.



— PORTRAIT —

NOM

Jvo Ruppner

ÂGE

56

PROFESSION
scénographe

LOISIRS
Kitesurf, guitare
et sculpture

FILM PRÉFÉRÉ
Down by Law de
Jim Jarmusch

POUR LUI
le courage
c'est rester fidèle
à soi-même.

Faites avec nous
l'expérience du cinéma
géant dans un cadre
à couper le souffle
allianzcinema.ch

CALENDRIER DES MANIFESTATIONS 2020

De nombreux événements sont prévus cette année. Des films sur grand écran vous émerveilleront en été et en automne, avant la traversée de la Limmat qui aura lieu en hiver. Le calendrier des manifestations Allianz garantit la variété.

JUIN – AOÛT

DU 22 JUIN AU 29 AOÛT

Allianz Cinema Nights,
lancement à Martigny, fin à Brigue

27 JUIN

Allianz Family Cinema Day
avec «Soul» de Walt Disney,
Suisse romande

9 JUILLET AU 30 AOÛT

Allianz Cinema Genève

16 JUILLET AU 16 AOÛT

Allianz Cinema Zurich

30 JUILLET AU 25 AOÛT

Allianz Cinema Bâle

SEPTEMBRE

31 AOÛT AU 4 SEPTEMBRE

SEF.NextGen Summer Camp,
Montreux

6 SEPTEMBRE

Journée du cinéma Allianz,
Suisse et Liechtenstein

SEPTEMBRE

19 SEPTEMBRE

Allianz Family Cinema Day avec
«Soul» de Walt Disney, Tessin

OCTOBRE

3 OCTOBRE

Allianz Family Cinema Day
avec «Soul» de Walt Disney,
Suisse alémanique

NOVEMBRE

16 AU 20 NOVEMBRE

SEF.NextGen Winter Camp, Bâle

21 NOVEMBRE

Swiss Paralympic Night, Berne,
Allianz Newcomer Award

DÉCEMBRE

6 DÉCEMBRE

Samichlaus-Schwimmen, Zurich

Vous trouverez de plus amples informations sur nos manifestations sur allianz.ch/engagement

Allianz JOURNÉE DU CINÉMA



5.-
LA PLACE

DIMANCHE
06.09.2020

ALLIANZ-JOURNEEDUCINEMA.CH

Dans plus de 550 salles de cinéma.



RENOUVELLEMENT DU PARTENARIAT

Allianz et Mobility ont renouvelé leur partenariat fructueux. Pour fêter cela, les clientes et clients d'Allianz peuvent bénéficier d'une offre exclusive.

Texte: Seline Schneider

Mobility, pionnière de l'autopartage, offre une alternative avantageuse et respectueuse de l'environnement à la voiture individuelle. De manière simple et entièrement digitale. Plus de 3000 véhicules sont à disposition dans toute la Suisse, que ce soit pour se rendre sur les pistes de ski, faire les courses hebdomadaires ou rendre visite aux grands-parents. Et pour que vous soyez toujours bien couverts, tous les tarifs comprennent une assurance Allianz. Car Allianz et Mobility ont renouvelé leur partenariat de longue date cette année. Une offre d'essai Mobility est donc proposée, exclusivement aux clientes et clients d'Allianz. N'attendez plus!

mobility



Photo: mobility

CRÉDIT MOBILITY DE CHF 20.-

Actuellement, les clientes et clients d'Allianz bénéficient d'un crédit gratuit de CHF 20.- s'ils concluent un abonnement d'essai Mobility. Il leur suffit de s'inscrire sous mobility.ch/essayer de saisir le code **TEST20ALLIANZ** et suivre les indications. Valable jusqu'au 31.12.2020.*

* Offre de Mobility. Non cumulable avec d'autres offres. Uniquement valable pour les nouveaux clients de Mobility.

LE COURAGE C'EST AIDER LES AUTRES

NOUS VOUS ACCOMPAGNONS



Allianz Suisse est la première entreprise partenaire de la Croix-Rouge suisse. Nous assumons nos responsabilités et nous engageons pour des projets d'intérêt général.

Croix-Rouge suisse
Schweizerisches Rotes Kreuz
Croce Rossa Svizzera



Allianz

VIVRE LA DIVERSITÉ

La diversité et l'égalité nous tiennent à cœur. Au début de l'année, nous avons été le premier assureur à obtenir le Label LGBTI Suisse.

Texte: Sarah Soland



Avec ce label, Allianz souligne le respect qu'elle témoigne à son personnel indépendamment de l'orientation sexuelle et de l'identité de genre. Severin Moser, CEO d'Allianz Suisse, s'en réjouit: «Nous voulons vivre une culture d'ouverture, d'inclusion et d'appréciation. Nous nous réjouissons de voir que nos activités de diversity des dernières années portent leurs fruits.»



LGBTI

L'abréviation anglaise LGBTI signifie lesbian, gay, bisexuel, transsexuel/transgender et intersexuel. Elle décrit les personnes qui se démarquent de la norme hétérosexuelle.

allianz.ch/diversity

CONCOURS

Envie d'augmenter votre budget de vacances? Participez à notre concours pour gagner des bons de voyage ACS.

Texte: Seline Schneider



Photo: ACS

Détente à la plage, découverte de parcs nationaux ou visite citadine des métropoles les plus en vogue? Notre partenaire ACS Voyages vous propose de formidables idées de vacances. Ces professionnels du voyage qui comptent plus de 100 ans d'expérience peuvent organiser le voyage de vos rêves sur mesure. Répondez simplement à la question de notre concours pour gagner l'un des cinq bons de voyage d'une valeur de CHF 1000.– chacun.

Quand ACS a-t-il été fondé?

A) 1960 B) 1898 C) 1989

Envoyez votre réponse par e-mail à spotlight@allianz.ch ou par courrier à Allianz Suisse, Spotlight, M BS, Case postale, 8010 Zurich.

Conditions de participation: tous les clients d'Allianz Suisse âgés d'au moins 18 ans peuvent participer. La date limite d'envoi est le 31.10.2020. Les gagnants seront informés par lettre recommandée. Les prix ne peuvent pas être versés en espèces. Tout recours juridique est exclu.

L'ASSURANCE ET MOI

Alexandra Kruse est styliste et autrice. Elle côtoie Rihanna en pyjama et Tina Turner dans son dressing. Ses articles viennent orner des magazines de mode renommés... et également Spotlight.



Le fait est qu'il n'y a jamais eu de «faux pli» malgré les longues séances photos vraiment exigeantes, au sommet de montagnes à l'aube, dans la neige à des températures négatives, avec Tina Turner vêtue de soie ou Rihanna en cuir, aujourd'hui à Paris, hier à Milan. Jusqu'au jour où j'ai pensé que ce serait une bonne idée de prendre

avec moi mon petit chihuahua Hari. C'était LE moment: lumière douce comme de la barbe à papa rose, reflets spectaculaires du lac de Zurich sur les baies vitrées de la somptueuse villa, top posant sur le luxueux tapis. Maquillage, coiffure: tout était parfait. La robe comme une seconde peau. Une styliste aux anges. Jusqu'à ce qu'Hari vienné soudainement vider tout le contenu de son estomac sur la robe et sur le tapis (sans doute qu'il s'était servi en douce dans la collation prévue pour l'équipe). Je n'oublierai jamais le visage du client. Pas plus que n'oublierai le beau geste de ma compagnie d'assurances.

With Love & Light
Alexandra



L'athlète professionnel en fauteuil roulant Marcel Hug participe à des compétitions en Suisse et dans le monde entier. Découvrez ici comment la technologie l'aide à se déplacer.

Texte: Rominga Inauen

LOIN ET POURTANT TRÈS PROCHE

Dubaï, Berlin, New York. L'agenda de Marcel Hug est international. L'athlète est en déplacement pour participer à des compétitions pendant quelques jours, qui peuvent aller jusqu'à trois semaines. Mais Marcel Hug voyage rarement tout seul: son entraîneur l'accompagne chaque fois que c'est possible. Marcel Hug reste proche de sa famille grâce à son smartphone et à son ordinateur portable. Les moyens techniques le lient à ceux qu'il aime, mais aident également l'athlète à exercer sa passion. Par exemple, certaines parties de son fauteuil roulant sont fabriquées à l'aide d'une imprimante 3D et les positions d'assise sont scannées pour être adaptées parfaitement à l'athlète. Mais en dépit de toutes les possibilités digitales et de l'attrait des voyages lointains, Marcel Hug se réjouit de rentrer chez lui après une compétition et apprécie également d'être non connecté. Nous lui souhaitons encore de nombreux succès.

allianz.ch/paralympics



Photo: Brigit Willmann

«UN 3^E PILIER EST-IL JUDICIEUX DANS MON CAS?»

Manuel, de Küttigen AG

Le 3^e pilier est toujours la bonne réponse. Pour trouver la solution adaptée, adressez-vous à une conseillère ou un conseiller pour convenir d'un entretien.

Vous trouverez d'autres questions et réponses sur le thème de la prévoyance dans nos guides sous

allianz.ch/guide-prévoyance

Le 3^e pilier est toujours judicieux. Indépendamment de la situation dans laquelle vous vous trouvez et des questions que vous vous posez.

En tant que jeune adulte: comment subvenir à mes besoins s'il m'arrive quelque chose et que je ne peux plus travailler?

En tant que famille: comment protéger mes proches?

Si vous voulez acquérir un logement en propriété: comment financer mon rêve d'acheter mon propre logement?

Lorsque vous planifiez votre retraite: comment maintenir mon niveau de vie habituel à la retraite?

POUR RÉALISER VOTRE RÊVE OU VOTRE PRÉVOYANCE VIEILLESSE

Épargnez quand vous voulez et ce que vous voulez. De manière flexible avec Flex Saving. Découvrez-le maintenant sous

allianz.ch/flex-saving

