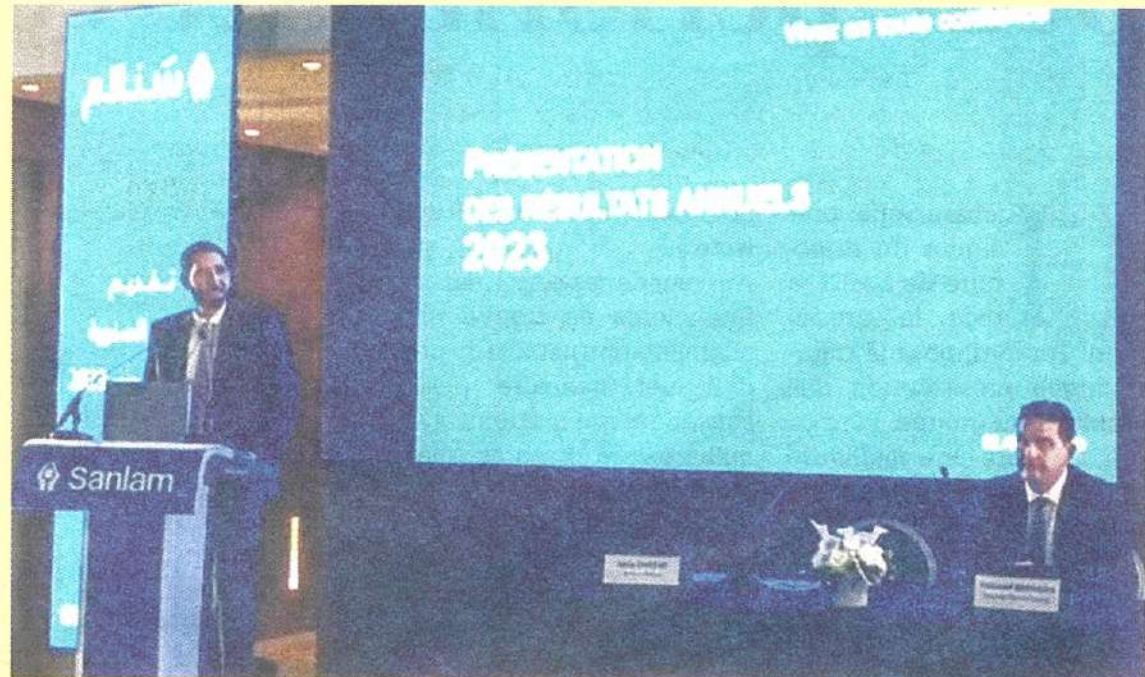


# Une très belle année 2023 pour Sanlam Maroc

Selim Benabdelkhalek

La direction de Sanlam Maroc, avec à sa tête son directeur général Yahia Chraïbi, a reçu la presse mardi 2 avril pour présenter les résultats de l'entreprise, pendant une année « globalement favorable », malgré la première activation du régime CAT NAT (catastrophes naturelles) suite au séisme d'Al Haouz, qui a permis au groupe de renforcer son leadership en non-vie : « L'année 2023 a été marquée par un contexte plus favorable pour notre activité, malgré les tensions liées à l'inflation qui a impacté le pouvoir d'achat de nos assurés ». Et d'ajouter : « Nous sommes leaders sur le marché de la non-vie, mais le plus important est de regarder devant nous, comme un challenger qui veut encore grandir ».

Avec un chiffre d'affaires qui a franchi pour la première fois le seuil significatif de 6 milliards de dirhams (MMDH), l'entreprise a enregistré une croissance de 3,3%. La branche Non-Vie de Sanlam a vu son chiffre d'affaires augmenter de 6,4%, totalisant 5.346 MDH. Cette croissance est le résultat d'une performance solide dans plusieurs segments, notamment la santé, le corporate et l'automobile. Des efforts ont été portés sur la partie corporate, qui a connu un développement soutenu et qui présente des profils de rentabilité intéressants. Par contre, si Sanlam reste leader sur la Santé, le groupe admet que le secteur pêche, que le marché « se porte beaucoup moins bien », « n'est plus rentable », pour conclure que « nous sommes simplement à l'équilibre ». On notera que les indicateurs d'activité de Sanlam Maroc font état d'une légère dégradation de la sinistralité, avec des prestations et frais payés de 4,59 MDH en 2023, en hausse de



3,9 points en glissement annuel. Globalement, le ratio de sinistralité Non-Vie net de réassurance s'est situé à 74,8% en 2023, expliqué principalement par l'augmentation de la sinistralité de la maladie et de l'accident du travail. De son côté, l'activité Vie a connu une baisse de 13,5%, reflétant les défis spécifiques de ce secteur. Notons que Sanlam priorise la partie décès sur ce segment.

Yahia Chraïbi a souligné que l'entreprise a répondu aux défis qui se sont présentés l'année passée en innovant et en lançant de nouveaux produits, tels que « Assur' Auto L'HEMZA », conçu pour les clients à petit budget. Elle a également progressé dans sa digitalisation, avec la première carte verte numérique au Maroc.

Sur le plan financier, Sanlam Maroc a réalisé un résultat net de 396 MDH, en hausse de 7,1% par rapport à 2022. Cette performance est soutenue par une progression de 15% du résultat financier grâce à l'amélioration des marchés financiers. Les fonds propres de l'entreprise ont également connu une croissance, atteignant 5,23 MMDH, en augmentation de 5%.

## De nouvelles niches

La compagnie ne s'arrête pas là. En 2024, elle envisage de se positionner sur de nouvelles niches de marché et de lancer des produits inédits répondant à des besoins jusque-là non couverts. Cette stratégie d'innovation et d'expansion est accompagnée d'un changement dans la politique de distribution des dividendes, reflétant la confiance dans la solidité des fondamentaux de l'entreprise. Par contre, pour le moment, l'assureur semble avoir fait une croix sur l'assurance participative, notamment par manque de partenaire bancaire. L'assurance takaful a donc été mise de côté, temporairement peut-être.

Sanlam Maroc a également mis en œuvre des changements significatifs au niveau de sa gouvernance, avec la désignation de nouvelles figures clés au sein de son conseil d'administration et de l'équipe dirigeante, notamment, sur proposition de Yahia Chraïbi, la nomination de Youssef Berrada en tant que directeur général délégué chargé des activités assurance Non-Vie.

Le conseil d'administration de la compagnie a décidé de

proposer un dividende de 77 dirhams par action, soit plus du double qu'en 2022. Sur ce point, cette hausse du dividende exprime « un changement de politique de notre actionnaire sur l'ensemble du périmètre de la joint-venture (Sanlam-Allianz), y compris le Maroc, qui consiste en l'augmentation du taux de distribution dans une fourchette comprise entre 65% et 75% du résultat net de chaque année », a précisé M. Chraïbi. Une année globalement très positive en somme pour Sanlam Maroc, surtout sur les segments qui font sa force, et qui offre de belles perspectives de développement futur pour la filiale du groupe sud-africain.