

---

### Résultats de l'offre de clôture des comptes FIRST

Compte tenu de la situation très tendue qui perdure sur les marchés financiers et de l'entrée en vigueur au 1<sup>er</sup> janvier 2016 de la réglementation européenne « Solvency II », Ethias a proposé, du 7 novembre au 9 décembre 2016, aux détenteurs d'un Compte FIRST souscrit avant septembre 2003 (contrats de « première génération ») une prime de sortie de 25 % en cas de clôture de leur contrat, et ce afin de renforcer son ratio de solvabilité SII.

Cette opération a connu un véritable succès. En effet, au 23 décembre 2016, date de clôture de l'opération, Ethias a déjà procédé à des remboursements d'un montant de l'ordre de 762 millions d'euros, auxquels devront s'ajouter les remboursements à réaliser au cours de la journée du 23 décembre (estimés à 20 millions d'euros) afin de tenir compte des derniers ordres de retrait reçus de la part des clients concernés.

Les réserves s'élevant avant l'opération à 1,4 milliard d'euros en BGAAP, l'offre a déjà permis de réduire leur niveau de 55 % pour un coût de 191 millions d'euros. Au total, cette opération a permis la clôture d'environ 12 500 Comptes FIRST sur les 25 000 qui existaient début novembre. Sur les deux dernières années, plus de 80 % des réserves relatives aux contrats concernés sont sorties du bilan d'Ethias.

Le succès de cette opération améliore de façon significative et structurelle le ratio de solvabilité SII d'Ethias (impact estimé à + 22 %\*). Elle permet également de réduire la sensibilité de l'entreprise à l'évolution des taux d'intérêt.

\* Le ratio de solvabilité SII au 30 septembre 2016, préalablement à l'opération, était de 115,69 % (en application de la formule standard et sans prise en compte de l'impact des mesures transitoires sur les provisions techniques).

*Ethias, assureur Vie et Non vie, s'engage à une relation mutuellement profitable avec ses partenaires du secteur public et leurs agents, avec les entreprises et avec les particuliers qui lui font confiance.*

*Elle s'engage à leur fournir des produits et des services de première qualité au meilleur rapport qualité/prix afin de garantir une rentabilité durable dans le respect de ses valeurs fondamentales d'humanisme, d'éthique, d'engagement et de proximité.*