OneLife affirme sa robustesse en 2024 et ses ambitions pour l'avenir

Un résultat financier de plus de 20%, des encours sous gestion qui franchissent le cap des 10 milliards d’euros.

OneLife, spécialiste de l’assurance-vie luxembourgeoise depuis plus de 30 ans, a publié ses comptes annuels pour l’année 2024.

OneLife enregistre un fort rebond en 2024, avec un **volume de primes de 1,3 milliard d’euros, en hausse de 25%**. La collecte a notamment atteint un record au second semestre, la croissance dépassant 50% sur tous les marchés où la compagnie opère. Dans un environnement économique et financier plus favorable, OneLife a su tirer le bénéfice de sa diversification géographique, ainsi que des investissements réalisés depuis 2023pour renforcer la qualité de son service dans un environnement réglementaire plus exigeant.

Ce dynamisme commercial a soutenu les actifs sous gestion de la compagnie, qui ont atteint 10,5 milliards d’euros. Conjugués à une gestion optimisée de ses coûts, les revenus générés ont permis de dégager un résultat élevé, supérieur à 16 millions d’euros, en hausse de 21% par rapport à 2023.

OneLife confirme ainsi sa robustesse financière, son ratio de solvabilité atteignant 139%.

« L'année 2024 a été un excellent millésime pour OneLife. Dans un contexte d'attrait grandissant pour l'assurance-vie luxembourgeoise, la stratégie de développement que nous poursuivons depuis 2023 a porté ses fruits, nous permettant de passer la barre symbolique des 10 milliards d'euros d'actifs sous gestion », a déclaré Bruno Valersteinas, CEO de OneLife. « Plus encore que de nos résultats commerciaux et financiers solides, nous sommes fiers d'avoir continué à enrichir notre offre, en proposant à nos clients de nouvelles solutions d'assurance et de nouveaux parcours digitaux ».

En 2024, OneLife a mené à bien deux projets stratégiques : **la refonte de ses services digitaux** et **la création d'une succursale en Belgique**.

Dans un objectif d'amélioration de l'expérience offerte à ses partenaires et ses clients, OneLife a développé, sur le socle d'un outil éprouvé par le groupe APICIL en France, un nouveau **parcours de souscription 100% digital**.
Lancée au printemps 2024 en France et en Belgique, cette nouvelle fonctionnalité apporte efficacité, rapidité et fluidité dans la souscription de contrats d'assurance-vie, avec une expérience utilisateur optimisée et une interconnexion aux autres outils digitaux de la compagnie.

Dans le même temps, incarnant sa stratégie d'être toujours plus proche de ses clients et de leurs besoins, **OneLife a ouvert en 2024 une succursale en Belgique**. Avec le lancement de son premier contrat BeLife en octobre, la compagnie propose désormais une offre complète de produits d'assurance-vie luxembourgeois. La Belgique devient le deuxième marché européen, avec la France, où OneLife propose ses services selon les deux modalités du passeport européen, libre prestation de service et régime d'établissement.

Focus & Grow : le nouveau plan stratégique de OneLife

En 2024, OneLife a finalisé son plan stratégique 2025/2028. Ce plan repose sur trois axes stratégique : **la satisfaction de ses clients, l'efficacité de son service, l'engagement citoyen de l'entreprise**.

Le client est placé au cœur de la stratégie de OneLife. La satisfaction client est sa finalité et sa raison d'être. Une feuille de route « Client First » a ainsi été définie, qui décline opérationnellement l'ambition de OneLife : enrichir la connaissance et l'écoute de ses clients, améliorer l'expérience que la compagnie leur offre, monitorer leur satisfaction, renforcer la culture client dans tous les métiers de l'entreprise.

Deuxième levier du plan stratégique : l’efficacité de la compagnie, que OneLife cherchera à optimiser afin de concentrer ses ressources sur la qualité de son service. L’entreprise poursuivra ainsi la stratégie de digitalisation engagée en 2023, et sera attentive à exploiter des technologies innovantes, notamment l’intelligence artificielle, pour proposer des solutions nouvelles.

Enfin, OneLife entend affirmer sa responsabilité en tant qu’entreprise. En tant qu’assureur, d’abord, en contribuant, par ses investissements et ses unités de compte, au développement d’une économie plus verte et solidaire. En tant qu’entreprise citoyenne ensuite, en soutenant des associations venant en secours des plus vulnérables. En tant qu’employeur enfin, en favorisant le bien-être de ses collaborateurs. A ce titre, OneLife est fière d’avoir été certifiée début 2025 Great Place to Work, et entend poursuivre avec volontarisme dans cette démarche.

Résolument engagée dans la digitalisation, OneLife veut rester une entreprise avant tout humaine, proche de ses clients et de ses collaborateurs.