

A photograph of two men in an office setting. They are looking at a wall covered with various papers and sticky notes. One man is pointing at a note, and the other is holding a pencil. The scene suggests a collaborative work environment.

ACTIFS AUX CÔTÉS DES GENS D'AUJOURD'HUI



2015

RAPPORT D'ACTIVITÉS
ACTIFS AUX CÔTÉS DES GENS D'AUJOURD'HUI

“A différentes pages de ce rapport d’activités, vous lirez des commentaires de nos collaborateurs. Ils vous dévoilent ainsi leurs ambitions personnelles et les étapes qu’ils veulent franchir pour améliorer encore la qualité des services. Ces propos démontrent comment ces 1.700 collaborateurs se mobilisent pour nos clients, nos partenaires de distribution et pour tous les gens d’aujourd’hui.”

CONTENU

1	MESSAGE DU PRÉSIDENT DU COMITÉ DE DIRECTION	2
2	QUI SOMMES-NOUS ?.....	6
3	LE GROUPE P&V, UNE IMPLICATION AU QUOTIDIEN	10
4	DÉVELOPPEMENT DURABLE 4.1 LA FONDATION P&V.....	16
	4.2 L'ENVIRONNEMENT	22
5	UN GROUPE FORT ET SOLIDE : CHIFFRES CLÉS 2015.....	26

I. MESSAGE DU PRÉSIDENT DU COMITÉ DE DIRECTION



Grâce aux résultats obtenus par le Groupe P&V en 2015, nous continuons sur la lancée des chiffres stables des années précédentes. Le volume de primes a augmenté, essentiellement en assurance vie. Et nous avons consolidé une fois encore nos fonds propres et notre marge de solvabilité.

Si ces bons résultats renforcent notre ambition de croissance rentable, néanmoins, nos frais et nos résultats techniques, surtout en assurance auto, continuent à mobiliser notre attention. En 2015, nous avons avancé à grands pas vers plus d'efficacité, en achevant nos intégrations IT et en rattrapant notre retard en matière de digitalisation et d'automatisation. Nous avons aussi travaillé à une approche globale pour rentabiliser notre portefeuille auto.

C'est aussi en 2015 que nous avons préparé une phase importante de la simplification de la structure du Groupe P&V. La fusion juridique de VIVIUM SA et de P&V Assurances SCRL a été officialisée au 1er janvier 2016, ce qui non seulement nous rendra plus transparents en externe, mais aussi stimulera notre développement en tant que groupe coopératif.

Ces étapes nous aident à concrétiser notre ambition primordiale: mieux servir les clients. Avec nos partenaires de distribution, nous voulons – et encore plus qu'avant – mettre le client au coeur de tout ce que nous entreprenons. Pour cela, nous mettons en place un nouveau businessmodel basé sur des plateformes IT plus performantes, des process plus efficaces et une organisation plus orientée client.

En 2016 nous implémentons les premières réalisations, notamment en règlement de sinistres. C'est dans ce domaine, où les clients testent directement la qualité de nos services, que nous avons, depuis 2014,

réalisé de grands changements. Nous avons adapté notre organisation et investi dans les compétences de nos collaborateurs. Et pour couronner le tout, nous avons implémenté un outil de gestion moderne permettant plus d'efficacité dans la collaboration avec nos partenaires de distribution, et pour un meilleur service au client.

Enfin, nous avons aussi l'ambition de nous positionner différemment sur le marché. En 2015 nous avons préparé des innovations de taille qui ont été dévoilées en 2016. Comme notre assurance auto P&V Auto et VIVIUM Auto, conçue à partir de l'univers des clients. De même nos campagnes de marque débutées en 2016, gravitent autour de notre implication envers le client.

Car c'est bien ainsi que nous souhaitons nous démarquer durablement: comme un partenaire impliqué, loyal et proche de nos partenaires de distribution, nos clients, nos collaborateurs et autres parties prenantes. Comme un partenaire reconnu pour la qualité de ses produits, de ses services et de ses conseils, et qui va toujours un peu plus loin que là où on l'attendait.

Nous réalisons ces ambitions ensemble et en dialogue étroit avec les clients, les partenaires de distribution, les membres du personnel et les coopérateurs. Je tiens à remercier tous ceux d'entre eux qui en 2015, ont partagé avec nous leurs idées, dans des forums réguliers, ou spontanément. J'espère qu'ils continueront, via leur feedback à nous maintenir proches et centrés sur ce que les clients attendent réellement de nous.

Hilde Vernailen
Président du Comité de Direction

Le Comité de Direction :

d.g.à.d. Philippe De Longueville, Isabelle Coune, Martine Magnée, Marc Beaujean, Hilde Vernailen et Francis Colaris



*“ALLER DE L’AVANT EN MATIÈRE
PROFESSIONNELLE C’EST BIEN, S’IL NE S’AGIT
PAS D’UNE FUITE EN AVANT.”*

“AVOIR LA VOLONTÉ DE RÉUSSIR ENSEMBLE.”

*“CONTINUER À APPORTER MON
ENTHOUSIASME POUR ACCOMPAGNER LES
CHANGEMENTS NÉCESSAIRES À L’ÉVOLUTION
DE NOTRE GROUPE.”*

*“CONTINUER À TROUVER UN PLEIN
ÉPANOUISSEMENT DANS L’EXÉCUTION DES
TÂCHES QUI ME SERONT CONFIÉES.”*

*“CONTINUER À TRAVAILLER COMME JE
L’AI TOUJOURS FAIT DEPUIS 23 ANS, AVEC
BONHEUR POUR UNE COMPAGNIE QUI
J’ESPÈRE CONTINUERA À NOUS SOUTENIR.”*

*“DANS UN ESPRIT OUVERT ET PARTICIPATIF,
RÉALISER LES AMBITIONS DE NOTRE
DÉPARTEMENT.”*

*“FAIRE EN SORTE QUE L’ÉQUIPE S’ÉPANOUISSE
AU TRAVAIL DANS LA RÉALISATION
DE NOS OBJECTIFS COMMUNS.”*

*“PROFESSIONNEL: CONTINUER À ALLER DE
L’AVANT. APPRENDRE DU PASSÉ MAIS AVANCER
SANS RIEN REGRETTER.”*

*“PROFESSIONNELLEMENT :
POURSUIVRE MON IMPLICATION DANS MON
TRAVAIL SUIVANT LES ATTENTES DU GROUPE.”*





**ACTIFS AUX CÔTÉS
DES MAMYS ET PAPYS
D'AUJOURD'HUI**

2. QUI SOMMES-NOUS ?

Le Groupe P&V est un groupe coopératif d'assurances belge.

Depuis notre création en 1907, notre objectif est qu'un maximum de personnes accède à une protection digne de ce nom. Cette mission définit encore aujourd'hui notre façon d'agir avec tous ceux qui nous approchent dans le cadre de nos activités.

Pour nos partenaires de distribution et nos clients, nous voulons être un partenaire concerné, loyal et proche. Et pour cela, nous les impliquons activement dans notre stratégie et dans le développement de nos produits. Les besoins réels des clients constituent donc le fondement, et de nos couvertures d'assurance, et de notre service après sinistre.

Nous nous concentrons exclusivement sur le marché belge, que nous connaissons sur le bout des doigts. Cet ancrage local garantit la stabilité nécessaire à nos clients, partenaires de distribution et collaborateurs. Nous échangeons toutefois également nos connaissances et nos expériences avec des assureurs coopératifs et mutualistes étrangers. Ainsi, nous

sommes actifs dans divers groupements comme Euresa, AMICE et ICMIF.

Par le biais de nos différentes marques, nous offrons une large gamme de solutions d'assurance aux particuliers, aux indépendants, aux entreprises, aux institutions et au secteur public.

Les intermédiaires professionnels d'assurances sont et demeurent un maillon essentiel de notre distribution. Nous croyons fortement dans la valeur ajoutée de conseils personnalisés, soutenus ou non par des outils en ligne et des call centers. En outre, nous nous engageons dans des partenariats avec des constructeurs automobiles et nous disposons d'une équipe commerciale interne qui se consacre aux grandes entreprises et à la clientèle institutionnelle.

Les bénéfices réalisés sont réinvestis dans notre groupe afin de garantir notre solidité financière ainsi que la qualité de nos produits et de notre service.



Enfin, nous contribuons activement à une citoyenneté responsable et à une société plus solidaire, notamment via la Fondation P&V.

Une structure de groupe simplifiée

Afin d'optimiser la gestion de son capital, de ses structures et de ses actifs, le Groupe P&V a poursuivi en 2015 la simplification de sa structure de groupe.

Ce processus d'optimisation et de simplification entamé depuis plusieurs années doit faire du Groupe P&V un groupe d'assurance fort et totalement intégré, et un acteur performant sur le marché belge de l'assurance.

En 2015, nous avons préparé la fusion juridique et comptable de P&V Assurances SCRL et VIVIUM SA. La fusion est devenue réalité au 1er janvier 2016.



Marques et réseaux de distribution

Cette simplification juridique du Groupe P&V n'a pas d'incidence sur la politique commerciale et sur la stratégie de distribution. Le Groupe P&V continue à offrir ses solutions d'assurance via différentes marques et divers canaux de distribution.

P&V fournit ses produits et services via un réseau d'agents exclusifs.

VIVIUM propose ses solutions d'assurance par le biais de courtiers en assurances indépendants.

PNP (Piette & Partners) travaille également via des courtiers en assurances indépendants.

Le service **Clients Institutionnels** travaille directement avec des clients du secteur public et du secteur non marchand et offre des solutions sous les marques P&V et VIVIUM.

L'offre d'**Actel** est commercialisée au travers de partenariats avec des constructeurs automobiles.

Arces offre des assurances de protection juridique, et utilise tous les canaux de distribution du Groupe P&V.

*“AU NIVEAU PROFESSIONNEL, BIEN
CONSEILLER, NÉGOCIER ET FIDÉLISER LA
CLIENTÈLE.”*

*“BIEN-ÊTRE : CHANGEMENT DE
L'ASSURANCE GROUPE VIVIUM POUR
TENIR COMPTE DES MALADIES/ABSENCES
RELATIVES AU STRESS ET/OU BURN OUT.”*

*“APPRÉCIER LES BONS MOMENTS QUE
M'OFFRE LA VIE ET PRIVILÉGIER LES
CONTACTS ENRICHISSANTS AVEC DES
PERSONNES BIENVEILLANTES, TANT
DANS LA VIE PRIVÉE QUE DANS LA VIE
PROFESSIONNELLE.”*

*“CONTINUER À EFFECTUER MON TRAVAIL
POUR LA SATISFACTION DU CLIENT,
TOUT EN RESPECTANT LES CONDITIONS
GÉNÉRALES DES CONTRATS.”*

*“ENCORE PLUS DE DISPONIBILITÉ POUR
LES CLIENTS, AVEC UN MEILLEUR ACCÈS
POUR CES DERNIERS À NOS SERVICES.”*

*“ÊTRE ORIENTÉ CLIENT PLUTÔT QUE
MANAGEMENT.”*

*“GARDER LE SOURIRE AU TÉLÉPHONE
QUE CE SOIT AVEC NOS ASSURÉS, NOS
COURTIERS, NOS AGENTS AINSI QU'AVEC
MES COLLÈGUES.”*

*“METTRE DAVANTAGE LE CLIENT AU
CENTRE DE NOS PRÉOCCUPATIONS.”*

*“TOUJOURS ÊTRE BIEN À L'ÉCOUTE DE MES
CLIENTS.”*

”





**ACTIFS AUX CÔTÉS
DES ENTREPRENEURS
D'AUJOURD'HUI**

3. LE GROUPE P&V, UNE IMPLICATION AU QUOTIDIEN !

Le Groupe P&V veut se positionner comme un assureur impliqué et orienté client, tant aux yeux des clients que des partenaires de distribution. Nous considérons les courtiers et les agents comme les partenaires essentiels dans la relation client, et c'est pour cette raison que depuis 2015, des trajets ont démarré pour renouveler notre partenariat avec eux. En outre, en 2015, nous avons investi dans des produits innovants, des process efficaces, des conseils professionnels et une notoriété accrue de la marque.

Un positionnement client fort

L'année 2015 a été l'occasion de redéfinir notre Positionnement Client au sein du Groupe P&V, mais aussi de le décliner sur cinq axes d'ancrages modulables à nos différents marchés.

- L'ajustement de notre communication administrative et commerciale ;
- l'amélioration du parcours client via l'établissement de normes de service ;
- une mesure régulière de la satisfaction de nos réseaux et de nos clients ;
- la création d'une communication de marque intégrée ;
- la proposition d'une offre innovante.

Notre nouvelle offre P&V Auto est à cet égard un exemple de choix. Pour le véhicule propre, l'omnium est généralement considérée comme chère. Au sein du Groupe P&V, nous partons du principe qu'une omnium doit tenir compte de la valeur réelle de la voiture. C'est pourquoi nous avons lancé l'omnium dont la prime diminue d'année en année.

Le marché des PME et des Indépendants a toujours été un marché important ...

Pour être plus actifs dans ce marché à fort potentiel, nous avons misé en 2015 sur une vitesse, une efficacité et une expertise accrues : la qualité de service est véritablement devenue la clef de voûte de notre positionnement.

L'amélioration de notre service aux courtiers s'inscrit de façon logique dans cette nouvelle approche. Concrètement, nous avons également reprecisé nos groupes cibles, élargi notre gamme de produits et adapté nos tarifs. L'ensemble de ces révisions a été réalisé en tenant compte de l'analyse du marché, mais aussi suivant les besoins et les attentes de nos réseaux de distribution.





P&V AUTO

... tout comme le marché des Particuliers !

Notre marché principal, celui des Particuliers, n'a pas été en reste avec la révision de la gamme incendie et l'introduction de IMA@Home permettant au client de choisir son mode de réparation.

Toujours sur ce marché, nous avons désormais une toute nouvelle approche en assurance auto. Elle entend laisser nos clients/prospects P&V choisir leur canal de prédilection pour souscrire leur assurance auto auprès de la compagnie.

2015 a enfin été l'occasion de finaliser le lancement de la nouvelle Offre P&V/Vivium Auto. Pour améliorer notre notoriété par rapport à la concurrence et mettre l'accent sur notre nouveau produit auto, nous avons mené une campagne média, accompagnée de notre nouveau slogan : « P&V avec vous quoi qu'il arrive ». Cette campagne, dont le concept invite le client à se plonger dans « Le monde de... », se décline autour de plusieurs supports : imprimés, online, spots radio et TV.

VIVIUM, marque de référence en matière d'assurances du deuxième pilier

En 2015, VIVIUM s'est maintenue dans le top 3 des compagnies belges en matière d'assurances du deuxième pilier. Cerise sur le gâteau : une nouvelle année record en matière de réalisation de nouvelles affaires. L'assurance dirigeant d'entreprise et la Pension Libre Complémentaire pour Indépendants (PLCI) restent les produits phares de la compagnie. Outre les deux campagnes commerciales réalisées pendant l'été et en fin d'année, VIVIUM s'est distinguée à plusieurs reprises auprès des courtiers en assurance. L'X-pert Day de début octobre 2015, consacré à l'avenir des pensions, en est un excellent exemple. A cette occasion, ce sont plus de 500 courtiers spécialistes du deuxième pilier, des spécialistes internes du Groupe P&V mais aussi différentes personnalités des mondes académique et économique qui se sont réunis à Malines et à Braine-l'Alleud.

Le Grand Test des Pensions, qui s'est déroulé de mi-octobre à mi-décembre 2015, est devenu quant à lui un événement incontournable au sein du réseau. Le principe est simple, si bien que cette activité attire chaque année davantage de participants. En 2015, ils étaient plus de 800 !

Pendant près de 2 mois, chaque courtier participant reçoit quotidiennement une question sous la forme d'un casus complexe à solutionner. Les matières traitées concernent aussi bien les produits du deuxième pilier, que la fiscalité qui y est liée. Les réponses à ces cas sont ensuite discutées sur une plateforme d'échange web et permettent aux participants et à nos experts internes de confronter leurs analyses. Objectif : rechercher les solutions les plus adaptées aux besoins très spécifiques des indépendants et chefs d'entreprise.

Une stratégie de croissance rentable en Non Vie

VIVIUM a été particulièrement active en 2015 en matière de renouvellement et d'élargissement de sa gamme de produits Non Vie. Une stratégie dirigée tant vers le marché des particuliers, avec le déploiement de la nouvelle offre incendie, que vers le marché des indépendants et PME, via le lancement du produit RC Administrateur. Ce nouveau produit traduit la volonté de VIVIUM d'adapter au mieux son offre aux attentes du réseau, aussi bien en matière de positionnement que d'organisation ou de services. Les workshops de lancement organisés avec succès en juin ont démontré l'impact positif de cette offre actualisée auprès des courtiers actifs dans ce segment de clientèle.

Avec une croissance beaucoup plus rapide que ses pairs sur le marché Non Vie ces dernières années, VIVIUM doit désormais maintenir le cap de son développement en tant que compagnie partenaire majeure du courtage. Ce nouveau statut s'accompagne d'une obligation de rentabilité, condition sine qua non de pérennité.

Afin d'atteindre cet objectif ambitieux, la compagnie a entamé en 2015 un vaste chantier de révision de son produit auto, le plus vendu de la gamme en Non Vie. Initiée en réponse aux attentes des clients et des courtiers, cette offre est à la fois innovante et respecte un certain alignement des produits auto au sein du Groupe P&V.

Afin de communiquer clairement ses ambitions en la matière, VIVIUM a organisé le Non Life Day début 2016, en s'inspirant du modèle de l'X-Pert Day en Vie. Un rendez-vous déjà incontournable dans la stratégie Non Vie auprès des courtiers, puisqu'il a rassemblé plus de 800 courtiers partenaires de VIVIUM. A cette occasion, l'approche stratégique en Non Vie a pu être expliquée et déclinée aussi bien au travers du lancement de Vivium Auto, que lors de l'annonce de nouveaux développements dans l'offre Entreprise et PME prévue pour mai 2016.





VIVIUM et le courtage

En 2015, VIVIUM a poursuivi sa stratégie d'ancrage en tant que compagnie partenaire du courtage en Belgique. Parallèlement à l'entrée en vigueur de MiFID, une réflexion a été menée sur l'avenir de ce mode de distribution afin d'en garantir la pérennité.

VIVIUM s'inscrit activement dans ce contexte et a entamé les démarches en vue de collaborer aussi bien avec de jeunes courtiers qu'avec des bureaux à fort potentiel sur le marché belge. Une réflexion stratégique sur l'évolution de l'intermédiation en Belgique est également en cours. Elle permettra, à terme, de se positionner sur les actions à entreprendre pour que VIVIUM devienne la première ou deuxième marque de ses courtiers partenaires sur le long terme.

Agent 2020 : développer notre réseau pour assurer une croissance rentable

Un marché saturé, une évolution technologique rapide, une législation qui nous touche de plus en plus directement... autant de raisons qui ont amené le Groupe P&V à réfléchir sur son positionnement ces derniers mois. Une réflexion motivée par l'envie de s'engager davantage aux côtés du client final pour mieux comprendre son environnement, ses difficultés et ses défis. Le démarrage du programme Agent 2020 en octobre dernier apporte une réponse concrète à cette réflexion.

L'avenir du Groupe P&V passe plus que jamais par un développement de son réseau d'agents, tout en optimisant l'approche digitale envers le client, pour assurer une croissance rentable. L'idée est de s'ériger comme partenaire fort pour tous les entrepreneurs qui veulent se positionner en Belgique en tant qu'agents en assurances indépendants.

Agent 2020, c'est avant tout une relation win-win. L'agent-entrepreneur reçoit une aide et un support concrets, afin d'impliquer plus étroitement les clients et faire croître son portefeuille. La mise à disposition de tests de recrutement, de programmes de formation ou l'échange de bonnes pratiques s'inscrivent largement dans cette perspective.

“AGIR POUR LE BIEN DES GÉNÉRATIONS FUTURES, EN PERSUADANT LE PLUS GRAND NOMBRE POSSIBLE D’AGIR POUR LE CLIMAT ET LA BIODIVERSITÉ.”

“M’INVESTIR DANS DES ACTIVITÉS SOCIALES ET CULTURELLES, POUR MON DÉVELOPPEMENT PERSONNEL, POUR ÉLARGIR MA VISION ET MA COMPRÉHENSION DU MONDE.”

“M’INVESTIR DANS UNE ASSOCIATION DE PROTECTION DE LA NATURE OU DE PROTECTION DES ANIMAUX.”





**ACTIFS AUX CÔTÉS
DES FAMILLES
D'AUJOURD'HUI**

4. DÉVELOPPEMENT DURABLE

4.1. LA FONDATION PV

Depuis 2000, la Fondation P&V est le moteur des initiatives de solidarité du Groupe P&V en dehors du domaine des assurances. Cette fondation d'utilité publique lutte contre la discrimination et l'exclusion des jeunes. Elle encourage en outre leur participation citoyenne.

Contre l'exclusion, pour une citoyenneté active

La Fondation P&V met en place des initiatives visant à lutter contre l'exclusion sociale des jeunes et à encourager la citoyenneté active. Par le biais de forums, de workshops et d'appels à projets, les jeunes, les chercheurs et les professionnels du domaine social ont la possibilité de s'exprimer et de jouer un rôle pour initier des changements sociétaux.

La plupart des projets de la Fondation se caractérisent par le fait que les jeunes choisissent eux-mêmes les projets auxquels ils donnent forme, avec le soutien d'experts. Durant cet exercice, ils apprennent à exprimer leurs idées, à respecter leurs visions mutuelles, à collaborer et à développer leur sens des responsabilités.

Décrochage scolaire et chômage chez les jeunes

Entre 2012 et 2015, la Fondation P&V a travaillé à un projet relatif à l'intégration des jeunes en décrochage scolaire ou au chômage. En Europe, c'est le cas d'un jeune sur cinq.

Comme souvent pour les projets de la Fondation P&V, ce projet combine à la fois recherche scientifique et action concrète. Pour avoir une vision la plus complète possible des causes et mécanismes de cette problématique, la Fondation a rassemblé les dernières découvertes des scientifiques de toute l'Europe. Leurs recherches, qui ont été publiées dans le livre *Early School Leaving & Youth Unemployment**, ont constitué la base d'un large débat de société.

Ensuite, un appel à projets a été lancé en Belgique autour de cette problématique. Un jury d'experts en a sélectionné six, qui se sont vu attribuer en tout quelques 150 000 euros sous la forme de bourses. En 2014, ces projets ont fait l'objet d'un suivi et d'une évaluation intensifs. Les résultats de ce suivi et les conseils de politique qui ont pu en découler, ont été présentés le 8 mai 2015 lors de l'événement de clôture de ce projet triennal.



* S. De Groof & M. Elchardus (2013), *Early school leaving and youth unemployment*. Louvain: LannooCampus | Amsterdam: Amsterdam University Press.

DÉCROCHAGE SCOLAIRE ET LE CHÔMAGE DES JEUNES

Les six projets soutenus

1. Centre de formation Le Foyer - Roma Plus (Bruxelles)

Le Centre de formation Le Foyer (devenu Centre de Formation Molenbeek) a développé un projet d'accompagnement des jeunes Roms à la recherche d'une formation et d'un travail, et vise à améliorer leur intégration à l'école et sur le marché de l'emploi.

2. L'ASBL Odysée - accompagne les jeunes en décrochage scolaire (Bruxelles)

Odysée détecte les jeunes qui sont en décrochage scolaire, et les aide à renouer avec la réussite. Elle travaille également au niveau de la prévention, via des formations pour les jeunes et les enseignants.

3. De Schoolbrug - Projet « Van chaos naar zen in de klas » (Du chaos au bien-être en classe) (Anvers)

De Schoolbrug coordonne un parcours d'accompagnement interne à l'école, par lequel le corps enseignant, les classes et les parents coopèrent pour prévenir le décrochage scolaire de jeunes pris individuellement.



4. Werkvormm - Projet « Junior Engineering » (Anvers)

L'ASBL Werkvormm organise des ateliers où les enfants peuvent se familiariser avec la technique, leur permettant ainsi de prendre éventuellement conscience de leur aptitude à un métier technique et, mus par un intérêt positif, d'opter pour une formation technique.

5. Perspectives Technologies numériques du spectacle (Flémalle)

L'ASBL Perspectives accompagne un projet qui permet à des jeunes peu qualifiés et/ou chômeurs de longue durée, de suivre une formation technique de base et de collaborer au montage d'un spectacle sons et lumières.

6. La Teignouse AMO Tuteurs pour grandir (Comblain-au-Pont)

La Teignouse organise et gère un système de parrainage individuel dans l'enseignement secondaire, dans le cadre duquel de jeunes étudiants élargissent leurs connaissances auprès de condisciples plus âgés et plus expérimentés.

Experts A&d : des collègues du Groupe P&V proposent leur expertise

Début 2015, la Fondation P&V, de concert avec Active&dynamic (A&d), le réseau de jeunes du Groupe P&V, a pris l'initiative d'impliquer le personnel du groupe dans le travail de ces organisations. En équipes réduites et via des projets de coaching courts, différents collaborateurs ont mis leur expertise dans les domaines de l'informatique, des ressources humaines, des assurances, du marketing, de la communication, etc. au service de trois ASBL : Werkvormm, Odysée et Perspectives. Ces associations ont ainsi pu se consacrer mieux encore à leur mission principale : l'accompagnement des jeunes.

Ce projet pilote a connu un dénouement heureux. D'une part, les problèmes de ces trois associations ont été pris à bras-le-corps et résolus par les Experts A&d. D'autre part, les Experts A&d ont trouvé cette expérience si enrichissante que la plupart d'entre eux ont souhaité poursuivre ce projet en 2016 ou tisser une collaboration durable avec leurs ASBL. Il a dès lors été décidé d'organiser une deuxième édition, qui ira d'avril à décembre 2016.



Perspectives d'avenir des jeunes adultes

Le 6 octobre 2015, le sociologue Mark Elchardus présentait son livre 'Au-delà du déclin', fruit d'une étude qui a sondé 2000 jeunes adultes belges, âgés de 25 à 35 ans. Cette étude a été menée à bien avec le soutien de la Fondation P&V.

Notre société s'est engagée sur la pente du déclin. Ce sentiment est très présent parmi les jeunes adultes qui ont été interrogés pour cet ouvrage. Mark Elchardus analyse ce sentiment tenace et largement partagé, la croyance que notre bien-être se dégrade, que tout ce qui a de la valeur se perd (travail, sécurité d'emploi, sécurité, environnement, cohésion sociale, ...). Cette croyance dans le déclin, aussi appelée déclinisme, incite les jeunes adultes à rechercher des boucs émissaires, les rend intolérants et fait le lit des politiques populistes de l'exclusion et du malaise. Une autre constatation inquiétante de cette étude est que seuls 16% des jeunes adultes comptent sur la politique pour les aider dans leurs problèmes. Ils comptent surtout sur eux-mêmes, sur leur famille et sur une part de chance.

Le 24 mai 2016, la Fondation P&V organisera une soirée-conférence et un débat à Bruxelles sur le déclinisme et l'aliénation politique chez les jeunes. Le but de cette initiative est d'apporter une vision plus nuancée sur cette thématique et de proposer des solutions pour l'avenir de notre société. Concrètement, quelques grands orateurs belges et étrangers feront un bref exposé sur les différents aspects du déclinisme et de l'aliénation politique. Par ailleurs, la Fondation P&V y annoncera son nouvel appel à projets pour contrer l'aliénation politique et favoriser l'action collective parmi les jeunes.

Des informations plus détaillées sont reprises sur le site et la page Facebook de la Fondation P&V.

www.fondationpv.be
www.facebook.com/foundationpv

Prix de la Citoyenneté 2015 : citoyen exemplaire dans le monde des entreprises

Pour donner un plus large écho à son objectif de citoyenneté active, la Fondation P&V décerne chaque année le Prix de la Citoyenneté. Ce prix récompense des personnes qui s'engagent, d'une manière exemplaire, pour une société ouverte, démocratique et tolérante.

Les candidats sont proposés par un panel de personnalités de tous horizons (médiatique, politique, économique, culturel, social, scientifique) et par les collaborateurs du Groupe P&V. Un large jury désigne le lauréat parmi les candidats proposés au moins deux fois.

A partir de 2015, le prix de la citoyenneté entend mettre l'accent sur le fait que l'on peut être un citoyen exemplaire dans des institutions sociétales. C'est pourquoi nous sélectionnerons chaque année un secteur sociétal dans lequel seront distinguées des personnes qui ont apporté leur contribution pour une société plus juste, tolérante et respectueuse. En 2015, le monde des entreprises avait été sélectionné.

Le prix de la Citoyenneté 2015 a été remis à Frans De Clerck et Eric Domb. Ils démontrent, chacun à leur manière, qu'il est possible de concilier avec succès l'entrepreneuriat avec une bonne citoyenneté et une approche éthique et respectueuse de l'homme, de la

société et de la planète. Ils ont également prouvé qu'entreprendre peut même constituer une pierre maîtresse d'une bonne citoyenneté, voire, que c'est une manière extrêmement importante de tendre vers un monde meilleur et plus juste.

Frans De Clerck a été, en 1993, cofondateur et directeur de Triodos Banque Belgique, banque durable qui finance des projets écologiques, culturels et sociaux. Il met à profit sa retraite pour tenter de changer les mentalités des banques et des entreprises.

Eric Domb est le fondateur du Parc Paradisio, rebaptisé Pairi Daiza depuis 2010. Il démontre que la poursuite d'un projet éducatif, humaniste et écologique, résolument tourné vers l'équilibre entre l'homme et la nature, peut aussi être un succès économique.

Lauréats Prix de la Citoyenneté 2015: Eric Domb et Frans De Clerck



2014
 Reinhilde Declerck | actrice et inspiratrice de la Compagnie de théâtre socio-artistique Tutti Fratelli
 Ho Chul Chantraine | fondateur d'Agricovert, coopérative à finalité sociale au service des producteurs écologiques

2013
 Jan Goossens | directeur artistique du Koninklijke Vlaamse Schouwburg (KVS – Théâtre royal flamand)

2012
 Izzeldin Abuelaish | médecin palestinien et auteur de « I Shall Not Hate »

2011
 Stéphane Hessel | ancien diplomate et auteur d'« Indignez-vous ! »

2010
 Jacqueline Rousseau | fondatrice de l'Atelier d'Éducation Permanente pour Personnes Incarcérées, l'ADEPPI
 Guido Verschuere | directeur de la Prison centrale de Louvain

2009
 Kif Kif | association multiculturelle Les Territoires de la Mémoire | centre d'éducation à la tolérance

2008
 Sœur Jeanne Devos | militante pour les droits du personnel domestique en Inde
 Simone Susskind | militante pour la paix en Israël et en Palestine

2007
 Khady Koita | militante contre l'excision des femmes en Afrique

2006
 Wannas Van de Velde | artiste-chanteur
 Jean-Pierre et Luc Dardenne | réalisateurs de cinéma

2005
 Fadéla Amara | militante pour les droits de la femme
 Job Cohen | bourgmestre d'Amsterdam



Opération
Coup de cœur :
des collaborateurs
du Groupe P&V
concrétisent leur
engagement social et
environnemental



Depuis 2012, la Fondation P&V organise l'action Opération Coup de cœur, en collaboration avec notre service des Ressources Humaines. Dans le cadre de cette action, différentes équipes organisent un teambuilding solidaire. 21 équipes, représentant près de 185 collaborateurs, se sont inscrites à une activité durant la précédente édition.

Certains collègues sont allés préparer des repas pour des sans-abri ou des personnes handicapées. D'autres ont mis en place une animation pour enfants dans un centre d'accueil pour demandeurs d'asile le temps d'une après-midi, ou ont réalisé des activités avec les résidents d'une maison de retraite. Ceux qui préféraient travailler en plein air ont retroussé leurs manches dans une réserve naturelle.



4. DÉVELOPPEMENT DURABLE

4.1. L'ENVIRONNEMENT

Le Groupe P&V poursuit ses efforts pour réduire son empreinte écologique.

Mobilité durable

Le Groupe P&V enregistre de bons résultats en termes de déplacements durables entre le domicile et le lieu de travail. La présence d'un coordinateur mobilité interne y contribue très certainement. Si nous prenons par exemple les trajets entre le domicile et le lieu de travail de nos collaborateurs à Bruxelles, nous voyons que 76,5% se déplacent de manière durable (transports en commun, vélo ou à pied). A titre de comparaison, ce chiffre est de 58,6% pour les entreprises situées dans une zone équivalente et de 50,9% pour la Région bruxelloise dans son ensemble.

Encourager l'utilisation du vélo

Nous continuons à promouvoir le recours au système des vélos partagés, qui connaît une popularité croissante tant à Bruxelles qu'à Anvers. Les collaborateurs ont vu leur abonnement Villo à Bruxelles ou Velo à Anvers intégralement remboursé, s'ils utilisaient les transports en commun pour leurs trajets entre le domicile et le lieu de travail.

De plus, 98 collaborateurs ont participé au petit-déjeuner vélo qui est organisé chaque année à Anvers. A Bruxelles, huit collaborateurs ont, quant à eux, pris part, en tant que coach ou 'élève' à la Bike Experience : un projet dans le cadre duquel un cycliste expérimenté apprend, pendant trois jours, à d'autres plus novices, comment rouler à vélo en toute sécurité dans la capitale.

Une trentaine de collaborateurs qui utilisent le vélo se sont affiliés à Bike2Work. Cette initiative du Fietsersbond et du GRACQ entend inciter les travailleurs à se rendre au travail à vélo, éventuellement en combinant avec un transport public ou la voiture.

Nous avons par ailleurs organisé en 2015 un achat groupé de vélos électriques pour nos membres du personnel.



D'autres initiatives

En 2015, le Groupe P&V a, une nouvelle fois, participé à la Semaine de la mobilité, dont l'objectif est de promouvoir la mobilité durable. Au cours de cette semaine, les collaborateurs ont été encouragés, par le biais de concours, à partager leurs efforts en faveur de la mobilité durable.

Depuis quelques années, le Groupe P&V autorise le télétravail. Chaque année, on enregistre un nombre croissant de collaborateurs qui y ont recours. En 2015, 14,4% de nos collaborateurs faisaient du télétravail.

Nous appliquons également depuis quelques années une Green Car Policy. Celle-ci prévoit notamment que l'utilisateur d'une voiture de société doit payer une partie des frais de carburant. Cette policy permet aussi de combiner une voiture de société avec un abonnement aux transports en commun. Une partie des frais de parking tant à l'intérieur qu'à l'extérieur de nos bâtiments est également imputée aux collaborateurs concernés.

La finalité de toutes les mesures prises est de réduire le nombre de déplacements (non durables).



Consommation durable

Le Groupe P&V entend également consommer de manière plus durable. S'il est vrai qu'en tant que groupe d'assurances, nous n'utilisons pas de matériaux industriels lourds, nous pouvons toutefois opérer des choix durables à différents niveaux. Notamment en matière d'achat et de gestion de :

- bâtiments, consommation d'énergie ;
- matériel de bureau (infrastructure IT, papier ...) ;
- nourriture et boissons pour le restaurant d'entreprise et les distributeurs automatiques ;
- produits d'entretien.

Nous pouvons également réduire notre empreinte écologique par le biais d'une gestion plus efficace des déchets et d'une consommation d'eau et d'énergie plus responsable (suivi assuré par des spécialistes externes).

Quelques mesures concrètes prises en 2015 :

- L'achat de matériel de bureau a été centralisé auprès d'un seul fournisseur, qui effectue, sur base mensuelle, ses livraisons avec des camionnettes électriques.
- L'éclairage des bureaux dans la Tour P&V a été remplacé, tout comme les dimmers et les détecteurs de mouvement, engendrant une économie annuelle de la consommation électrique de ± 230.000 kWh.
- Le contrat d'énergie verte a été renouvelé.
- Nous avons progressé dans la digitalisation, ce qui permet de réduire la consommation de papier et d'augmenter le potentiel du télétravail.
- Les émissions de CO₂ de notre imprimerie d'où sortent quelques 5 millions d'enveloppes chaque année, ont été entièrement compensées et investies via l'organisation CO2logic dans un projet éolien à Çatalca (Turquie).
- Des bornes de chargement pour voitures électriques ont été mises en service.
- Nous avons mené un nouvel audit énergétique qui a débouché sur des pistes d'amélioration supplémentaires.

*“AIDER L'ENTREPRISE À AMÉLIORER
SES RÉSULTATS TOUT EN PERMETTANT
AU PERSONNEL D'Y CONTRIBUER
EN ÉTANT HEUREUX DE LE FAIRE.”*

*“CONTINUER À ÊTRE RENTABLE, EFFICACE
ET ORGANISÉ DANS MON ACTIVITÉ
PROFESSIONNELLE.”*

*“MAÎTRISER LE NOUVEAU SYSTÈME
DE GESTION CLAIMS 2.0.”*

*“TOUT FAIRE POUR AMÉLIORER
LA RENTABILITÉ DU PORTEFEUILLE.”*





**ACTIFS AUX CÔTÉS
DES TRAVAILLEURS
D'AUJOURD'HUI**

5. UN GROUPE FORT ET SOLIDE

5.1. RÉSULTATS IFRS DE 2015

Le résultat net consolidé du Groupe P&V sur l'année 2015 atteint un montant de EUR 184,3 millions (2014 : EUR 151,8 millions), soit une augmentation de 21,37 %. La part du Groupe P&V est de EUR 171,8 millions tandis que EUR 12,5 millions sont alloués aux intérêts minoritaires.

L'augmentation du résultat net est expliquée par l'augmentation du résultat financier de EUR 37,5 millions compensée partiellement par la régression du résultat technique de EUR 6,4 millions. Les autres éléments du résultat ont, quant à eux, augmenté de EUR 1,4 millions.

Résultat technique

La diminution du résultat technique de EUR 6,4 millions s'explique par une hausse des primes acquises (nettes de réassurance) de EUR 56,3 millions et une augmentation des charges techniques de EUR 62,7 millions.

L'augmentation des primes brutes Vie provient principalement de l'augmentation de 86,1% des primes d'assurances vie individuelles en P&V. La forte croissance de cet encaissement résulte du succès commercial du lancement d'une activité nouvelle en janvier 2015. En VIVIUM, on note une augmentation de 2% résultant exclusivement de l'accroissement des primes récurrentes. Concernant l'assurance groupe, l'encaissement en VIVIUM est stable, tandis qu'en P&V il diminue de 3,8%. On constate une augmentation des primes uniques de 7,6% pour la branche 2I en VIVIUM.

La diminution des primes brutes Non-Vie s'explique principalement par les contrats acceptation en réassurance en P&V qui diminuent de 50 % (expliquée par la résiliation d'un portefeuille en Maladie). Cependant, cette diminution est légèrement compensée par une croissance en affaires directes Non-Vie P&V de 3,4% principalement due à la branche Auto et aux produits destinés aux Particuliers et par une croissance en affaires directes Non-Vie VIVIUM, qui provient principalement de la branche Maladie et des augmentations tarifaires en Incendie, Auto et RC Vie privée.

Résultat financier

Le résultat financier a augmenté de EUR 37,5 millions pour atteindre EUR 677,6 millions en 2015 contre EUR 640,2 millions en 2014. Le résultat financier a augmenté principalement grâce au résultat financier non courant (EUR +43,9 millions). Le résultat financier courant a par contre chuté de EUR 6,4 millions. En 2015, la valorisation des dérivés impacte négativement le résultat financier, mais ceci est largement compensé par les plus-values réalisées sur les obligations.

Vous souhaitez obtenir plus de détails sur ces chiffres ?

Les comptes annuels consolidés du Groupe P&V selon les normes IFRS sont disponibles sur les sites web www.pv.be et www.vivium.be.

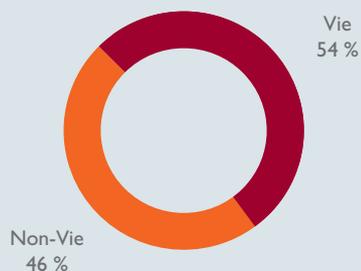
COMPTE DE RÉSULTATS RÉSUMÉ

	2015	2014	2013
Primes acquises nettes de réassurance	1.538.631	1.482.371	1.461.814
Charges techniques	-1.610.404	-1.547.696	-1.508.080
Résultat technique	-71.773	-65.325	-46.266
Résultat financier courant	445.873	452.322	461.552
Résultat financier non courant	231.772	187.870	157.647
Résultat financier	677.645	640.191	619.199
Autre résultat	-421.584	-423.033	-417.994
RÉSULTAT TOTAL	184.288	151.834	154.940

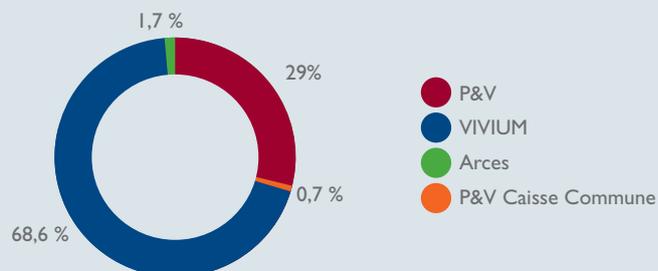
(en milliers EUR)

Quelques chiffres clés

VENTILATION DES PRIMES
 PAR ACTIVITÉ



VENTILATION DES PRIMES
 PAR SOCIÉTÉ



TOTAL PRIMES
 (en milliers EUR)



RÉSULTAT NET
 (en milliers EUR)



5. UN GROUPE FORT ET SOLIDE

5.2. BILAN IFRS CONSOLIDÉ 2015

Le total du bilan est passé de EUR 18,06 milliards en 2014 à EUR 18,09 milliards en 2015, soit une augmentation de EUR 29,8 millions.

Les fluctuations les plus importantes à l'actif sont :

- L'augmentation des immobilisations incorporelles de EUR 9,2 millions, due principalement à l'activation des projets de nouvelle plate-forme de gestion des sinistres Non-Vie et digitalisation inbound/outbound ;
- La diminution des immeubles de placements pour un montant de EUR 25,2 millions suite à la vente de 6 immeubles pour un montant de EUR 12,4 millions et un impairment de EUR 9,8 millions sur un immeuble à la suite de son expertise effectuée en mars 2015 ;
- L'augmentation des Instruments Financiers pour un montant de EUR 125,1 millions. Cette augmentation s'explique principalement par l'augmentation des prêts hypothécaires ;
- Les actifs financiers de la branche 23 diminuent de EUR 511,6 millions, ce qui s'explique essentiellement par la décision de cession de la filiale luxembourgeoise Euresa Life S.A et dont EUR 392,8 millions ont été reclassés en actifs non courants détenus en vue de la vente;
- Le poste 'Actifs non courants disponibles à la vente' augmente d'un montant de EUR 431,6 millions. Cette augmentation est principalement expliquée par le reclassement des actifs d'Euresa Life ce qui se retrouve également au passif.

Les fluctuations les plus importantes au passif sont :

- Une diminution des réserves techniques pour EUR 42,3 millions, ce qui s'explique principalement par la mise en vente de la filiale luxembourgeoise Euresa Life S.A dont les réserves ont diminué de EUR 13,1 millions et dont EUR 24,9 millions ont été reclassés en passifs non courants détenus en vue de la vente ;
- Une augmentation des obligations financières pour les contrats d'investissement avec participation aux bénéfices pour EUR 34,1 millions. Cette augmentation est liée principalement aux contrats d'assurances vie individuelle d'épargne pension et à l'effet de la variation de la comptabilité reffet ;
- Une diminution des obligations financières pour les contrats d'investissement sans participation aux bénéfices pour EUR 450,3 millions, ce qui s'explique essentiellement par la mise en vente de la filiale luxembourgeoise Euresa Life S.A et dont EUR 392,8 millions ont été reclassés en passifs détenus en vue de la vente ;
- Le poste 'Passifs non courants disponibles à la vente' augmente d'un montant de EUR 426,7 millions suite au reclassement des passifs de 'Euresa Life'.

Le ratio de solvabilité IFRS

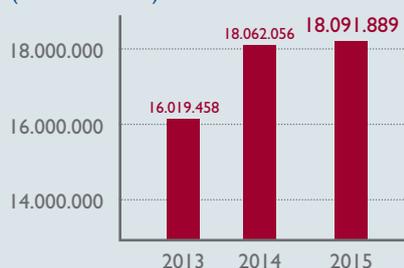
Le ratio de solvabilité IFRS (solvabilité I) passe de 269% à 279% essentiellement en raison de l'augmentation des fonds propres liée aux résultats annuels. Le Groupe P&V publie pour la dernière année le ratio de solvabilité IFRS (solvabilité I). A partir de l'année prochaine, seul le ratio solvabilité II sera communiqué dans le rapport d'activités.

Vous souhaitez obtenir plus de détails sur ces chiffres ?

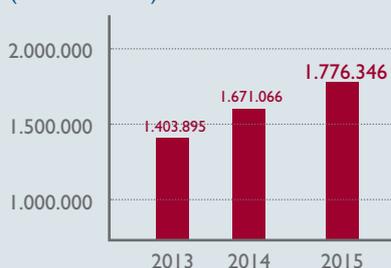
Les comptes annuels consolidés du Groupe P&V selon les normes IFRS sont disponibles sur les sites web www.pv.be et www.vivium.be.

Quelques chiffres clés

TOTAL DU BILAN
 (en milliers EUR)



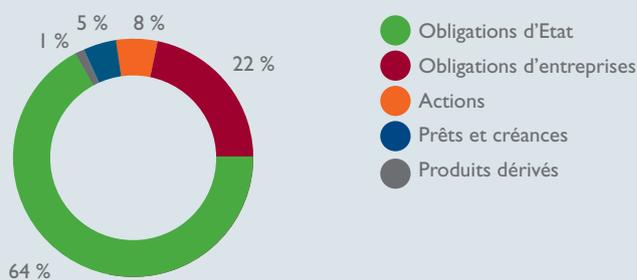
CAPITAUX PROPRES
 (en milliers EUR)



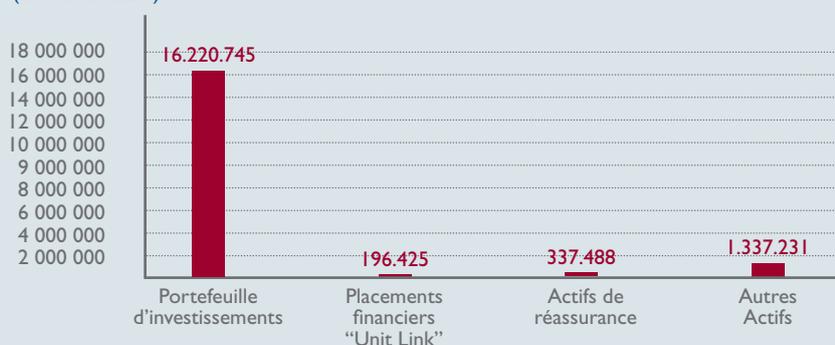
RATIO DE SOLVABILITÉ
 (en %)



PORTEFEUILLE D'INVESTISSEMENTS



RÉPARTITION DES ACTIFS
 (en milliers EUR)



5. UN GROUPE FORT ET SOLIDE

5.3. SOLVABILITÉ II

Au cours des dernières années, le Groupe P&V a mis en œuvre avec succès son programme de mise en conformité aux nouvelles normes solvabilité II (SII), qui prennent effet au premier janvier 2016. Au travers de ce programme, le Groupe P&V a aussi renforcé son dispositif de gestion des risques.

Au 31 décembre 2015, le ratio solvabilité II (fonds propres éligibles/capital minimum requis) est robuste à un niveau de 159%. Le capital de solvabilité requis est de EUR 1.1 milliards et les fonds propres éligibles sont de EUR 1.8 milliards. En outre, avec 93,12% de fonds propres de qualité la plus élevée et 6,88 % de fonds propres de qualité supérieure, le Groupe P&V dispose de fonds propres d'une excellente qualité.

Vous souhaitez obtenir plus de détails sur ces chiffres ?

Les comptes annuels consolidés du Groupe P&V selon les normes IFRS sont disponibles sur les sites web www.pv.be et www.vivium.be.

COLOPHON

Plus d'informations

Marnic Speltdoorn
Public & Press Relations
Email: marnic.speltdoorn@pvgroup.be

Editeur responsable

Dirk Wauters
Direction Communication Interne

Rédaction

Groupe P&V
Service Communication

Concept & mise en page

Groupe P&V - Service Graphism

Traduction

Groupe P&V - Service Traduction

Dit verslag is ook in
het Nederlands beschikbaar



P&V Assurances scrl
Rue Royale 151 - 1210 Bruxelles
02/250 91 11
FSMA 0058 - RPR 0402 236 531
www.pv.be



VIVIUM
Rue Royale 153 - 1210 Bruxelles
02/406 35 11
FSMA 0051 - RPR 0404 500 094
www.vivium.be



Arces sa
Route des Canons 3 - 5000 Namur
081/74 43 44
FSMA 1400 - RPR 0455 696 397
www.arces.be



**Rapport d'activités 2015
du Groupe P&V**

Publié juin 2016
Groupe P&V
Rue Royale 151
1210 Bruxelles
www.pv.be

