

A photograph of two men in an office setting. They are looking at a wall covered with whiteboards and numerous colorful sticky notes (yellow, pink, orange). One man is pointing at a sticky note, and the other is holding a pencil, ready to write on a whiteboard. The scene suggests a collaborative work environment.

IN DE WEER VOOR DE MENSEN VAN NU



2015

ACTIVITEITENVERSLAG
IN DE WEER VOOR DE MENSEN VAN NU

“Op verschillende pagina’s in dit activiteitenverslag kunt u citaten lezen van onze medewerkers. Ze zijn het antwoord op de vraag wat hun persoonlijke ambities zijn en welke stappen ze willen zetten om een nog betere service te verlenen. Deze uitspraken tonen aan hoe we met 1.700 in de weer zijn voor onze klanten, distributiepartners en voor alle mensen van nu.”

INHOUD

1	BOODSCHAP VAN DE VOORZITTER VAN HET DIRECTIECOMITÉ	2
2	WIE ZIJN WIJ?.....	6
3	ELKE DAG BETROKKEN BIJ KLANTEN EN DISTRIBUTIEPARTNERS	10
4	DUURZAME ONTWIKKELING 4.1 STICHTING P&V.....	16
	4.2 MILIEU	22
5	EEN STERKE EN SOLIDE GROEP: KERNCIJFERS 2015	26

I. BOODSCHAP VAN DE VOORZITTER VAN HET DIRECTIECOMITÉ



Met de resultaten die de P&V Groep behaalde in 2015 trekken we de lijn door van de stabiele cijfers van de voorgaande jaren. Het premievolume nam verder toe, met vooral een groei in de levensverzekeringen. Bovendien verstevigden we opnieuw ons eigen vermogen en onze solvabiliteitsmarges.

Deze goede resultaten bekrachtigen onze ambitie om rendabel te groeien. Niettemin blijven onze kosten en onze technische resultaten, vooral in autoverzekeringen, onze aandacht opeisen. In 2015 hebben we belangrijke stappen gezet naar meer efficiëntie, met de voltooiing van onze IT-integraties en een inhaalbeweging in digitalisering en automatisering. Verder werkten we aan een globale aanpak om onze autoportefeuille te rendabiliseren.

In 2015 bereidden we bovendien een belangrijke stap voor in de vereenvoudiging van de structuur van de P&V Groep. De juridische fusie van VIVIUM NV en P&V Verzekeringen CVBA werd officieel op 1 januari 2016 en maakt ons niet alleen transparanter voor de buitenwereld, maar zal ook onze ontwikkeling als coöperatieve groep stimuleren.

Al deze stappen helpen ons bij het waarmaken van onze hoogste ambitie: klanten beter servicen. Samen met onze distributiepartners willen we - nog consequenter dan vroeger - de klant centraal stellen in alles wat we ondernemen. Daarvoor bouwen we aan een nieuw businessmodel op basis van performantere IT-platformen, efficiëntere processen en een klantgerichte organisatie.

In 2016 implementeren we de eerste realisaties, namelijk in onze schaderegeling. In dit domein, waar klanten onze service heel direct ervaren, hebben we sinds 2014

grote veranderingen doorgevoerd. We hebben onze organisatie aangepast en geïnvesteerd in de competenties van onze medewerkers. Als sluitstuk implementeren we een moderne beheerstool die zorgt voor meer efficiëntie in de samenwerking met onze distributiepartners en voor een betere service aan de klant.

Ten slotte hebben we de ambitie om ons onderscheidend te positioneren in de markt. In 2015 hebben we belangrijke vernieuwingen voorbereid waar we in 2016 mee naar buiten komen. Zoals onze nieuwe autoverzekering P&V Auto en VIVIUM Auto, die is bedacht vanuit de leefwereld van klanten. Ook in onze merkencampagnes die we in 2016 voeren, staat onze betrokkenheid met klanten centraal.

Want dat is de manier waarop we ons duurzaam willen onderscheiden: als een betrokken, loyale en nabije partner voor onze distributiepartners, klanten, personeelsleden en andere stakeholders. Als een partner die erkend wordt voor de kwaliteit van zijn producten, service en advies en die net dat stapje verder gaat dan verwacht.

Deze ambities realiseren we samen en in nauwe dialoog met klanten, distributiepartners, personeelsleden en coöperatoren. Ik wil ieder van hen bedanken die in 2015 met ons zijn of haar ideeën heeft uitgewisseld, in regelmatige forums of gewoon spontaan. Ik hoop dat ze ons via hun feedback scherp blijven houden en gefocust op wat klanten werkelijk van ons verwachten.

Hilde Vernailen
Voorzitter van het Directiecomité

Het Directiecomité:

v.l.n.r. Philippe De Longueville, Isabelle Coune, Martine Magnée, Marc Beaujean, Hilde Vernailen en Francis Colaris



“MIJ INWERKEN
IN MIJN NIEUWE FUNCTIE EN DE
MEDEWERKERS
IN MIJN TEAM DE KANS GEVEN
ZICH VERDER TE ONTPLOOIEN.”

“EEN MOTIVATOR ZIJN VOOR MIJN TEAM
OM DAGELIJKS DE UITDAGINGEN
HET HOOFD TE BIEDEN,
EN DIT MET VEEL POSITIVITEIT EN HUMOR
WANT DAT GEEFT VAAK DE BOOST
DIE WE NODIG HEBBEN.”

“DE BOODSCHAP DIE VIA DE MEDIA
VERSPREID WORDT MEE UITDRAGEN EN
LATEN MERKEN DAT IK FIER BEN OM BIJ
DE P&V GROEP TE WERKEN.”

“EEN POSITIEVE BOODSCHAP BRENGEN,
OOK IN SOMS MOEILIJKE EN SNEL
VERANDERENDE OMSTANDIGHEDEN.”

“MIJN JOB MET DE NODIGE PASSIE
BLIJVEN UITVOEREN.”



A photograph of a smiling grandfather with white hair, wearing a light blue button-down shirt, sitting on the grass. He is holding the hand of a young child with brown hair, wearing a green polo shirt. The child is also smiling and has their arms raised in the air. They are sitting on a pile of dry pine needles or grass. The background is a blurred green park with trees.

**IN DE WEER VOOR
DE OMA'S EN OPA'S
VAN NU**

2. WIE ZIJN WIJ?

De P&V Groep is een Belgische coöperatieve verzekeringsgroep.

Sinds onze oprichting in 1907 is het onze drijfveer om een eerlijke bescherming toegankelijk te maken voor zoveel mogelijk mensen. Die missie bepaalt ook vandaag nog de manier waarop we omgaan met iedereen die met onze activiteiten in contact komt.

Voor onze distributiepartners en klanten willen we een betrokken, loyale en nabije partner zijn. Dat doen we door hen actief te betrekken in ons beleid en onze productontwikkeling. De werkelijke behoeften van klanten vormen altijd het uitgangspunt, zowel wat de verzekeringsdekkingen als de dienstverlening na schade betreft.

Onze focus ligt exclusief op de Belgische markt, die we door en door kennen. Deze lokale verankering garandeert stabiliteit voor onze klanten, distributiepartners en medewerkers. Maar we wisselen ook kennis en ervaring uit met buitenlandse coöperatieve en onderlinge verzekeraars. Daarvoor zijn we actief lid van samenwerkingsverbanden zoals Euresa, AMICE en ICMIF.

Via verschillende merken bieden we een uitgebreid gamma verzekeringsoplossingen aan particulieren, zelfstandigen, bedrijven, instellingen en de publieke sector.

De professionele verzekeringstussenpersonen zijn en blijven de belangrijkste schakel in onze distributie. We geloven sterk in de toegevoegde waarde van persoonlijk advies, al dan niet ondersteund door online tools en callcenters. Daarnaast gaan we partnerships aan met autoconstructeurs en beschikken we over een intern commercieel team dat werkt voor grote bedrijven en institutionele klanten.

Onze winst herinvesteren we in onze groep, zodat onze financiële soliditeit en onze product- en servicekwaliteit gegarandeerd blijven.

Ten slotte leveren we een actieve bijdrage aan verantwoordelijk burgerschap en een meer solidaire samenleving, onder andere via de Stichting P&V.

 1.738
MEDEWERKERS



 25,9%
DEELTUDSE
MEDEWERKERS

 14,4%
MEDEWERKERS
DIE AAN TELEWERK DOEN

 50,1%
VROUWEN

 49,9%
MANNEN

 35,6%
VROUWELIJKE
KADERLEDEN

Een vereenvoudigde groepsstructuur

Om het beheer van haar kapitaal, haar structuren en haar activa te optimaliseren, zette de P&V Groep in 2015 de vereenvoudiging van haar groepsstructuur verder.

Dit proces van optimalisering en vereenvoudiging is al een aantal jaren bezig en moet van de P&V Groep een sterke, volledig geïntegreerde verzekeringsgroep maken en een performante speler op de Belgische verzekeringsmarkt.

In 2015 werd de juridische en boekhoudkundige fusie van P&V Verzekeringen CVBA en VIVIUM NV tot P&V Verzekeringen CVBA voorbereid. De fusie werd effectief van kracht op 1 januari 2016.



Merken & distributienetwerken

De juridische vereenvoudiging van de P&V Groep heeft geen impact op de commerciële politiek en de distributiestrategie. De P&V Groep blijft haar verzekeringsoplossingen aanbieden via meerdere merken en distributiekkanalen.

P&V verstrekt haar producten en diensten via een netwerk van exclusieve agenten.

VIVIUM biedt haar verzekeringsoplossingen aan via onafhankelijke verzekeringsmakelaars.

PNP (Piette & Partners) werkt eveneens via onafhankelijke verzekeringsmakelaars.

De dienst **Institutionele Klanten** werkt rechtstreeks met klanten uit de publieke en non-profitsector en biedt oplossingen aan onder de merken P&V en VIVIUM.

Het aanbod van **Actel** wordt gecommmercialiseerd via partnerships met auto-constructeurs.

Arces biedt rechtsbijstandverzekeringen aan en werkt via alle distributiekkanalen van de P&V Groep.

“ERAAN MEEWERKEN OM DE P&V GROEP
EEN SCHITTERENDE UITSTRALING
TE GEVEN.”

“ONZE COMMUNICATIE NOG
KLANTVRIENDELIJKE MAKEN.”

“DE CONTINUÏTEIT VAN DIENSTVERLENING
BEWAKEN OM EEN OPTIMALE SERVICE TE
REALISEREN VOOR ONZE KLANTEN.”

“ER ZIJN VOOR DE KLANTEN EN MIJN
COLLEGA'S, EEN LUISTEREND OOR ZIJN EN
IETS VOOR HEN BETEKENEN.”

“INVESTEREN IN HELDERE DOCUMENTATIE
VOOR ONZE DISTRIBUTIEPARTNERS, EEN
WIN-WIN VOOR IEDEREEN DIE BETROKKEN
IS IN ONZE PROCESSEN.”

“MEEWERKEN AAN DE NODIGE CHANGE
BINNEN DE PROJECTWERKING VAN DE
P&V GROEP, ZODAT WE PROJECTEN
REALISEREN DIE IN LIJN ZIJN MET DE
STRATEGIE VAN DE GROEP EN INSPELEN
OP DE SNEL VERANDERENDE MARKT EN
SAMENLEVING.”





IN DE WEER VOOR
DE ONDERNEMERS
VAN NU

3. ELKE DAG BETROKKEN BIJ KLANTEN EN DISTRIBUTIEPARTNERS

De P&V Groep wil zich positioneren als een klantgerichte en betrokken verzekeraar, zowel naar klanten als naar distributiepartners. Makelaars en agenten zien we als de belangrijkste partners in de klantenrelatie en daarom startten we in 2015 trajecten op om ons partnership met hen te vernieuwen. Daarnaast hebben we in 2015 geïnvesteerd in vernieuwende producten, efficiënte processen, professioneel advies en een grotere merkbekendheid.

Een sterke klantenpositionering

In 2015 heeft de P&V Groep haar klantenpositionering geherdefinieerd en vertaald naar vijf toepassingsgebieden aangepast aan haar verschillende markten.

- De aanpassing van de administratieve en commerciële communicatie;
- de verbetering van het klantenparcours via de invoering van servicenormen;
- een regelmatige tevredenheidsmeting bij distributienetwerken en klanten;
- de uitwerking van een geïntegreerde merkcommunicatie;
- de lancering van een innovatief aanbod.

Het nieuwe aanbod P&V Auto is hiervan een mooi voorbeeld. Voor een eigen voertuig vinden klanten een omniumverzekering vaak erg duur. De P&V Groep vertrekt van het principe dat een omnium rekening moet houden met de werkelijke waarde van de wagen. Daarom lanceerden we een omnium waarvan de premie elk jaar daalt.

KMO's en zelfstandigen: een belangrijke doelgroep ...

De markt van KMO's en zelfstandigen biedt een groot potentieel. Om haar activiteit op die markt te versterken, heeft de P&V Groep in 2015 ingezet op meer snelheid, efficiëntie en expertise. De kwaliteit van onze dienstverlening is de hoeksteen geworden van onze positionering.

De verbetering van onze service aan de makelaars is een logische stap in dit proces. Concreet hebben we ook onze doelgroepen opnieuw gedefinieerd, hebben we ons productgamma uitgebreid en hebben we onze tarieven aangepast. Bij al deze ingrepen hebben we rekening gehouden met de marktanalyse en de noden en verwachtingen van onze distributienetwerken.





... net als de particulieren

Ook op onze voornaamste markt, die van de particulieren, zijn we niet stil blijven staan. Hier hebben we ons gamma brandproducten herzien en lanceerden we IMA@Home, waarbij de klant zelf kan kiezen hoe zijn schade hersteld wordt.

Op deze markt lanceerden we ook een totaal nieuwe aanpak voor onze autoverzekeringen. Klanten en prospecten kunnen hun autoverzekering bij P&V vanaf nu afsluiten via het kanaal van hun keuze.

In 2015 hebben we tevens ons nieuwe aanbod P&V Auto en VIVIUM Auto uitgewerkt. Om onze bekendheid ten opzichte van de concurrentie te verhogen en ons nieuwe product Auto in de verf te zetten, lanceerden we een mediacampagne en meteen ook een nieuwe slogan: « P&V, met u, altijd en overal ». Deze campagne laat de klant kennismaken met « De wereld van... » via verschillende kanalen: tijdschriften, online, radio- en tv-spots.

VIVIUM, de referentie in tweedepijlerv verzekeringen

In 2015 heeft VIVIUM zich gehandhaafd in de top drie van de Belgische tweedepijlerv verzekeraars. Kers op de taart was een recordaantal gerealiseerde nieuwe zaken. De bedrijfsleidersverzekering en het Vrij Aanvullend Pensioen voor Zelfstandigen (VAPZ) blijven de speerpuntproducten. Naast de twee commerciële campagnes in de zomer en op het einde van het jaar heeft VIVIUM zich nog een aantal keer geprofileerd bij de verzekeringsmakelaars. De X-Pert Day van begin oktober 2015 over de toekomst van onze pensioenen is hiervan een mooi voorbeeld. Dit evenement lokte meer dan 500 makelaars die gespecialiseerd zijn in de tweede pijler, interne specialisten van de P&V Groep en verschillende prominenten uit de academische en economische wereld naar Mechelen en Braine-l'Alleud.

De Grote Pensioentest, die liep van half oktober tot half december 2015, is een begrip geworden binnen het distributienetwerk van VIVIUM. Het aantal deelnemers groeit elk jaar. In 2015 waren het er meer dan 800.

Het principe is eenvoudig: bijna 2 maanden lang krijgen alle deelnemende makelaars dagelijks een vraag in de vorm van een ingewikkelde case voorgeschoteld. In deze test komen zowel de tweedepijlerv producten als hun fiscale regimes aan bod. Vervolgens wordt er over de antwoorden op deze vraagstukken gedebatteerd op een webforum waar de deelnemers en onze experts hun analyses kunnen vergelijken. Het doel is de beste oplossingen zoeken voor de specifieke behoeften van zelfstandigen en bedrijfsleiders.

Een rendabele groeistrategie in Non-Life

VIVIUM toonde zich in 2015 bijzonder actief op het vlak van vernieuwing en uitbreiding van haar productgamma Non-Life. De strategische focus lag op de markt van de particulieren, met de lancering van het nieuwe aanbod brand, en op de markt van de zelfstandigen en de KMO's, met de lancering van het product BA Bestuurder. Met dit nieuw product toont VIVIUM dat het haar aanbod zo veel mogelijk op de verwachtingen van het distributienetwerk wil afstemmen, zowel op het vlak van positionering als op het vlak van organisatie en dienstverlening. De succesvolle workshops bij de lancering in juni toonden de positieve impact van dit geactualiseerde aanbod bij de makelaars die in dit klantensegment actief zijn.

De laatste jaren groeit VIVIUM veel sneller dan de concurrenten op de Non-Life markt. Het moet nu deze ontwikkeling naar een grote partnermaatschappij voor de makelaars aanhouden. Deze nieuwe positie gaat gepaard met een rentabiliteitsverplichting, die geldt als conditio sine qua non om haar duurzaamheid te garanderen.

Om deze ambitieuze doelstelling te halen, lanceerde VIVIUM in 2015 een grootschalig herzieningstraject voor haar autoverzekering, die het meest verkochte product is in haar Non-Life gamma. Vertrekkend vanuit de verwachtingen van de klanten en de makelaars is dit nieuwe aanbod tegelijk vernieuwend en in lijn met de andere producten Auto van de P&V Groep.

Om haar ambities in dit segment kracht bij te zetten, organiseerde VIVIUM begin 2016 haar Non-Life Day, naar het voorbeeld van de X-Pert Day voor Life. Meer dan 800 partnermakelaars van VIVIUM tekenden present op dit belangrijke evenement waar de strategische aanpak in Non-Life en de lancering van VIVIUM Auto werden toegelicht en tevens de voor mei 2016 geplande nieuwe ontwikkelingen in het aanbod voor bedrijven en KMO's werden aangekondigd.





VIVIUM en de makelaars

In 2015 zette VIVIUM haar strategie voort om zich te verankeren als partnermaatschappij voor de makelaars in België. Parallel met de inwerkingtreding van MiFID werd een denkoefening opgezet over de toekomst van dit distributiekanaal om het voortbestaan ervan veilig te stellen.

VIVIUM wil in deze context een actieve rol spelen en nam initiatieven om samen te werken met zowel jonge makelaars als met kantoren die een sterk potentieel hebben op de Belgische markt. Bovendien werd een strategische denkoefening opgestart over de evolutie van de makelarij in België. Die moet VIVIUM toelaten om in te zetten op de acties die nodig zijn om op lange termijn uit te groeien tot het eerste of tweede merk van haar partnermakelaars.

Agent 2020: ons netwerk ontwikkelen om een rendabele groei te verzekeren

Een verzadigde markt, snelle technologische ontwikkelingen, een wetgeving die verzekeraars almaar directer impacteert; allemaal redenen die de P&V Groep de afgelopen maanden aan het denken hebben gezet over haar positionering. Deze denkoefening werd gedreven door de ambitie van de Groep om zich meer in te leven in haar klanten, voor een beter begrip van hun leefomgeving, hun problemen en hun uitdagingen. De lancering van het programma Agent 2020 in oktober 2015 is het concrete resultaat van deze denkoefening.

Om een rendabele groei te verzekeren, ligt de toekomst van de P&V Groep meer dan ooit in de ontwikkeling van haar agentennetwerk, onder andere via het uitwerken van een digitale aanpak naar de klant. De P&V Groep wil zich opwerpen als een sterke partner voor alle ondernemers die zich in België willen positioneren als zelfstandig verzekeringsagent.

Agent 2020 is in de eerste plaats een win-winrelatie. De agent-ondernemer krijgt concrete hulp en ondersteuning om zijn klanten meer te betrekken en zijn portefeuille te doen groeien. In deze context vindt de P&V Groep het belangrijk dat agenten rekruterings- en opleidingsprogramma's ter beschikking krijgen en dat er best practices worden uitgewisseld.

“MIJN MANAGEMENT AFSTEMMEN
OP DE WAARDEN DIE DE P&V GROEP
UITDRAAGT.”

“DE OUDERE STAFMEDEWERKER KAN MET
ZIJN KENNIS EN ERVARING FUNGEREN
ALS EEN HEFBOOM IN HET BEDRIJF
WAARDOOR HET JEUGDIG DYNAMISME VAN
DE JONGERE COLLEGA'S MEER EN BETERE
RESULTATEN OPLEVERT.”

“SAMEN ÉÉN GROOT BEDRIJF UITBOUWEN
EN DE WAARDEN VAN DE P&V GROEP NOG
MEER TOEPASSEN.”

“MIJN CULTUREEL EN SOCIAAL
ENGAGEMENT MET DEZELFDE ENERGIE
BLIJVEN VERDERZETTEN IN VERENIGINGEN
EN OP GEMEENTELIJK VLAK.”



A close-up photograph of a young boy with short dark hair, smiling broadly and peeking from behind a wooden structure. He is wearing a striped shirt. The background is a blurred outdoor setting with green grass and other people in the distance.

**IN DE WEER VOOR
ALLE GEZINNEN
VAN NU**

4. DUURZAME ONTWIKKELING

4.1. STICHTING P&V

Sinds 2000 is de Stichting P&V de motor van veel solidaire initiatieven van de P&V Groep buiten het verzekeringsdomein. Deze stichting van openbaar nut bindt de strijd aan tegen de discriminatie en uitsluiting van jongeren. Daarnaast stimuleert ze jongeren om hun maatschappelijke betrokkenheid te vergroten.

Tegen uitsluiting, voor actief burgerschap

De Stichting P&V zet initiatieven op die de sociale uitsluiting van jongeren tegengaan en hen aanmoedigen tot actief burgerschap. Via forums, workshops en projectoproepen krijgen jongeren, onderzoekers en professionals van het sociale werkveld de kans om zich uit te drukken en een rol te spelen bij het op gang brengen van maatschappelijke veranderingen.

Kenmerkend voor de meeste projecten van de Stichting is dat jongeren ze zelf uitkiezen en vormgeven met de steun van experts. Tijdens dit proces leren ze hun ideeën uitdrukken, elkaars visies respecteren, samenwerken en hun verantwoordelijkheidszin ontwikkelen.

Vroegtijdig schoolverlaten en jeugdwerkloosheid

Tussen 2012 en 2015 werkte de Stichting P&V aan een project rond de integratie van jongeren die vroegtijdig de school hebben verlaten of werkloos zijn. In Europa is dat bijna één jongere op vijf.

Zoals meestal bij de Stichting P&V, combineerde ook dit project wetenschappelijk onderzoek met concrete actie. Om een zo duidelijk mogelijk zicht te krijgen op de oorzaken en mechanismen van de problematiek, verzamelde de Stichting de recentste kennis van wetenschappers uit heel Europa. Hun onderzoeken werden gepubliceerd in het boek *Early School Leaving & Youth Unemployment** en vormden de basis voor een breed maatschappelijk debat.

Vervolgens werd een oproep gelanceerd naar projecten in België die rond de problematiek werken. Een jury van experts selecteerde zes projecten die in totaal voor 150.000 euro aan beurzen kregen. In 2014 werden deze projecten intensief opgevolgd en geëvalueerd. De resultaten van deze opvolging en de beleidsadviezen die eruit konden worden afgeleid, werden op 8 mei 2015 gepresenteerd op het slotevenement van dit driejarenproject.



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

VROEGTIJDIG SCHOOLVERLATEN — EN — WERKLOOSHEID — BIJ — JONGEREN

De zes gesteunde projecten

1. Vormingscentrum Foyer - Roma Plus (Brussel)

Vormingscentrum Foyer (nu Vormingscentrum Molenbeek) zette een project op om Roma-jongeren te begeleiden naar onderwijs en werk, en om hun integratie in de school en op de arbeidsmarkt te verbeteren.

2. Odyssee - Begeleiding van adolescenten schooluitvallers (Brussel)

Odyssee zoekt vroegtijdige schoolverlaters op en begeleidt hen om de draad opnieuw op te nemen. Het doet ook aan preventie via opleidingen van jongeren en leraren.

3. De Schoolbrug - Van chaos naar zen in de klas (Antwerpen)

De Schoolbrug coördineert een schoolintern begeleidingstraject waarbij leerkrachten, klassen en ouders samenwerken om schooluitval van individuele jongeren te voorkomen.



4. Werkvormm - Junior Engineering (Antwerpen)

Werkvormm organiseert ateliers om kinderen kennis te laten maken met techniek, zodat ze hun eventuele technische talent ontdekken en vanuit een positieve interesse gemotiveerd raken voor een technische opleiding.

5. Perspectives - Digitale podiumtechnieken (Flémalle)

Perspectives begeleidt een project waarbij laagopgeleide en/of langdurig werkloze jongeren een technische basisopleiding volgen en samenwerken aan een licht- en geluidspektakel.

6. La Teignouse AMO Groeien met een mentor (Comblain-Au-Pont)

La Teignouse organiseert en stuurt een systeem van individueel mentorschap in het secundair onderwijs, waarbij jonge scholieren leren van oudere, meer ervaren schoolgenoten.

A&d Experts: collega's P&V Groep zetten hun expertise in

Begin 2015 namen de Stichting P&V en Active&dynamic (A&d), het jongeren netwerk van de P&V Groep, het initiatief om het personeel van de groep te betrekken bij het werk van deze organisaties. In kleine teams en via korte coachingprojecten stelden verschillende medewerkers hun expertise op het vlak van IT, HR, marketing, communicatie enz. ten dienste van drie vzw's: Werkvormm, Odyssee en Perspectives. Zo konden deze organisaties zich nog beter toeleggen op hun kerntaak: het begeleiden van jongeren.

Dit pilootproject kende een succesvolle afloop. Enerzijds werden de problemen van de drie organisaties door de A&d Experts aangepakt en opgelost. Anderzijds vonden de A&d Experts het een leerrijke ervaring en wilden de meeste ook in 2016 met het project voortgaan of een duurzamere samenwerking uitbouwen met hun vzw's. Er werd dan ook beslist een tweede editie te organiseren, die loopt tussen april en december 2016.



Toekomstverwachtingen van jongvolwassenen

Op 6 oktober 2015 verscheen het boek 'Voorbij het narratief van neergang' van socioloog Mark Elchardus, het resultaat van een onderzoek waarbij 2000 Belgische jongvolwassenen tussen 25 en 35 jaar werden bevraagd. Het onderzoek gebeurde in samenwerking met de Stichting P&V.

Onze samenleving zit in een neerwaartse spiraal. Dit gevoel is sterk aanwezig bij de jongvolwassenen die voor dit boek werden geïnterviewd. Mark Elchardus analyseert dit wijdverbreide en hardnekkige gevoel, het geloof dat onze welvaart en welzijn teloorgaan, dat alles van waarde verloren gaat (werkgelegenheid, werkzekerheid, veiligheid, milieu, sociale cohesie...). Dit geloof in neergang, of declinisme, doet jongvolwassenen zoeken naar zondebokken, maakt hen onverdraagzaam en vatbaar voor een populistische politiek van uitsluiting en onbehagen. Een andere onrustwekkende vaststelling van deze studie is dat slechts 16% van de jongvolwassenen op de politiek rekent om hen te helpen bij hun problemen. Zij rekenen vooral op zichzelf, hun familie en een portie geluk.

Op 24 mei 2016 organiseert de Stichting P&V een avondconferentie en debat in Brussel over declinisme en politieke vervreemding bij jongeren. Het doel van dit event is een meer genuanceerde visie op de thematiek naar voor te brengen en oplossingen voor te stellen voor de toekomst van onze samenleving. Concreet geven enkele belangrijke binnen- en buitenlandse sprekers korte, wervende uiteenzettingen over verschillende aspecten van het declinisme en de politieke vervreemding. Verder kondigt de Stichting P&V er haar nieuwe projectoproep aan rond het tegengaan van de politieke vervreemding en het bevorderen van de collectieve actie bij jongeren.

Meer informatie is te vinden op de website en de Facebookpagina van de Stichting P&V.

www.stichtingpv.be
www.facebook.com/foundationpv

Burgerschapsprijs 2015: exemplarisch burgerschap in het bedrijfsleven

Om haar doelstelling van actief burgerschap een bredere weerklank te geven, reikt de Stichting P&V elk jaar de Burgerschapsprijs uit. De prijs belooft mensen die zich op een voorbeeldige wijze inzetten voor een open, solidaire en respectvolle samenleving.

De kandidaten worden voorgedragen door een panel van personen met een uiteenlopende achtergrond (media, politiek, economie, cultuur, sociaal werk, wetenschap) en door de medewerkers van de P&V Groep. Uit de kandidaten die minstens twee keer worden voorgedragen, kiest een brede jury de laureaat.

Vanaf 2015 wil de burgerschapsprijs beklemtonen dat het mogelijk is om exemplarisch burger te zijn in de maatschappijdragende instellingen. Daarom zal elk jaar één maatschappelijke sector gekozen worden waarin gezocht wordt naar mensen die in die sector hebben bijgedragen aan een rechtvaardige, tolerante en respectvolle samenleving. In 2015 werd gekozen voor het bedrijfsleven.

De Burgerschapsprijs 2015 ging naar Frans De Clerck en Eric Domb. Zij bewijzen, elk op hun manier, dat succesvol ondernemen samen kan gaan met goed burgerschap en met een ethische en respectvolle benadering van de mensen, de samenleving en de planeet. Zij hebben ook aangetoond dat ondernemen een grondslag kan zijn van goed burgerschap en dat het een belangrijke manier is om te streven naar een betere en rechtvaardigere wereld.

Frans De Clerck was in 1993 mede-oprichter en directeur van Triodos Bank België. Deze duurzame bank financiert ecologische, culturele en sociale projecten. Ook na zijn pensioen blijft De Clerck zich inzetten om een mentaliteitswijziging teweeg te brengen in de banken- en ondernemerswereld.

Eric Domb is de oprichter van Parc Paradisio, dat hij in 2010 omdoopte tot Pairi Daiza. Hij laat zien dat een educatief, humanistisch en ecologisch project, dat de nadruk legt op een harmonieuze relatie tussen mens en natuur, samen kan gaan met economisch succes.

Laureaten Burgerschapsprijs 2015: Eric Domb en Frans De Clerck



2014
 Reinhilde Declerck | actrice en bezieler van het sociaal-artistiek theatergezelschap Tutti Fratelli
 Ho Chul Chantraine | stichter van Agricovert, een coöperatieve vennootschap met een sociaal doel die zich richt tot biolandbouwers

2013
 Jan Goossens | artistiek leider Koninklijke Vlaamse Schouwburg (KVS)

2012
 Izzeldin Abuelaish | Palestijns arts en auteur van 'I Shall Not Hate'

2011
 Stéphane Hessel | voormalig diplomaat en auteur van 'Neem het niet!'

2010
 Jacqueline Rousseau | oprichter van opleidingsorganisatie voor gedetineerden ADEPPI
 Guido Verschuere | directeur van de Centrale Gevangenis Leuven

2009
 Kif Kif | multiculturele vereniging Les Territoires de la Mémoire | educatief centrum voor verdraagzaamheid

2008
 Zuster Jeanne Devos | activiste voor de rechten van huispersoneel in India
 Simone Susskind | activiste voor vrede in Israël en Palestina

2007
 Khady Koita | activiste tegen vrouwenbesnijdenis in Afrika

2006
 Wannes Van de Velde | zanger-kunstenaar
 Jean-Pierre en Luc Dardenne | filmregisseurs

2005
 Fadéla Amara | vrouwenrechtenactiviste
 Job Cohen | burgemeester Amsterdam



Helpende Handen:
medewerkers van de
P&V Groep tonen hun
betrokkenheid met
mens en milieu



Sinds 2012 organiseert de Stichting P&V samen met onze dienst Human Resources de actie Helpende Handen. In het kader van deze actie houden verschillende van onze teams een solidaire teambuilding. 21 teams – goed voor ruim 185 medewerkers – schreven zich tijdens de vorige editie in voor een activiteit.

Sommige collega's gingen maaltijden bereiden voor daklozen of gehandicapten. Of ze zorgden voor een namiddag kinderanimatie in een asielcentrum. Anderen begeleidden bewoners van een woonzorgcentrum tijdens activiteiten. Wie liever in de buitenlucht werkte, stak zijn handen uit de mouwen in een natuurgebied.



4. DUURZAME ONTWIKKELING

4.2. MILIEU

De P&V Groep zet haar inspanningen voor het verlagen van haar ecologische voetafdruk voort.

Duurzame mobiliteit

Op het vlak van duurzame woon-werkverplaatsingen scoort de P&V Groep goed. De aanwezigheid van een interne mobiliteitscoördinator draagt daar zeker toe bij. Wanneer we bijvoorbeeld kijken naar het woon-werkverkeer van onze werknemers in Brussel, zien we dat 76,5% zich op een duurzame manier verplaatst (openbaar vervoer, fiets of te voet). Ter vergelijking: dit cijfer is respectievelijk 58,6% voor bedrijven die in een vergelijkbare zone liggen en 50,9% voor het gehele Brusselse gewest.

Fietsen stimuleren

We blijven het systeem van fietsdelen promoten, dat zowel in Brussel als in Antwerpen een steeds grotere populariteit geniet. Medewerkers met een abonnement op Villo in Brussel of Velo in Antwerpen kregen dit integraal terugbetaald als ze pendelden via openbaar vervoer.

Verder namen 98 medewerkers deel aan het jaarlijkse fietsontbijt voor werknemers in Antwerpen. In Brussel deden dan weer 8 medewerkers als coach of 'leerling' mee met de Bike Experience: een project waarbij een ervaren fietser gedurende drie dagen leert hoe je veilig door de hoofdstad fietst.

Een dertigtal fietsende medewerkers sloot zich aan bij Bike2Work. Dit initiatief van de Fietzersbond en GRACQ wil werknemers stimuleren om met de fiets naar het werk te komen, eventueel in combinatie met openbaar vervoer of auto.

Verder organiseerden we in 2015 ook een groepsaankoop van elektrische fietsen voor onze personeelsleden.



Andere initiatieven

In 2015 nam de P&V Groep opnieuw deel aan de Week van Vervoering, een initiatief dat duurzame mobiliteit promoot. In 2015 werden medewerkers tijdens deze week via wedstrijden geprikkeld om hun duurzame mobiliteitsinspanningen in de kijker te zetten.

Sinds enkele jaren is binnen de P&V Groep telewerken mogelijk. Elk jaar stijgt het aantal medewerkers dat hieraan deelneemt. In 2015 deed 14,4% van onze medewerkers aan telewerk.

Ook hebben we al enkele jaren een Green Car Policy. Die bepaalt onder meer dat de gebruiker van een bedrijfswagen een deel van de brandstofkosten betaalt. De policy maakt het ook mogelijk om een bedrijfswagen te combineren met het openbaar vervoer. Ook een deel van de kosten voor de parking binnen en buiten onze gebouwen wordt verrekend aan de betrokken medewerkers.

Alle genomen maatregelen hebben uiteindelijk als doel om het aantal (niet-duurzame) verplaatsingen te verminderen.

Duurzaam consumeren

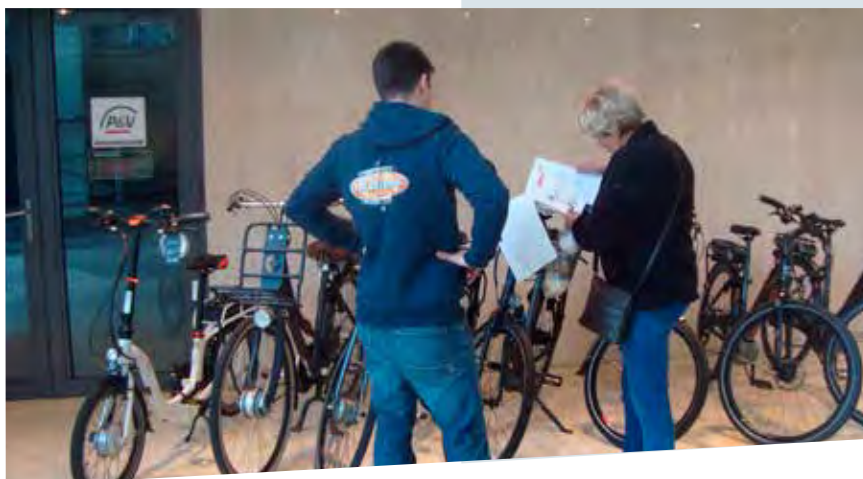
De P&V Groep wil ook duurzamer consumeren. Hoewel we als verzekeringsgroep geen zware industriële materialen gebruiken, kunnen we op dat vlak toch een verschil maken. Onder meer in de aankoop en het beheer van:

- gebouwen, energieconsumptie
- kantoomateriaal (IT-infrastructuur, papier ...)
- voeding en dranken voor het bedrijfsrestaurant en de automaten
- schoonmaakproducten

Ook door een efficiënter afvalbeheer en bewuster energie- en waterverbruik (opgevolgd door externe specialisten) kunnen we onze ecologische voetafdruk verkleinen.

Enkele concrete maatregelen in 2015:

- De aankoop van kantoomateriaal werd gecentraliseerd bij één leverancier, die maandelijks levert met elektrische bestelwagens.
- De bureauverlichting in de P&V-toren werd vervangen, inclusief dimmers en bewegingsdetectoren. Dit zorgt voor een jaarlijkse besparing in elektriciteitsconsumptie van ± 230.000 kWh.
- Het groene energiecontract werd vernieuwd.
- Er werden verdere stappen gezet in digitalisering, wat zowel de papierconsumptie verlaagt als het potentieel tot telewerken verhoogt.
- De CO₂-uitstoot van onze printroom, van waaruit elk jaar 5 miljoen enveloppen worden verstuurd, werd volledig gecompenseerd en via de organisatie CO₂logic geïnvesteerd in een windenergieproject in Çatalca (Turkije).
- Laadpunten voor elektrische wagens werden in gebruik genomen.
- Een nieuwe energie-audit werd uitgevoerd, die bijkomende pistes tot verbetering gaf.



“BIJDRAGEN TOT DE ONTWIKKELING VAN
HET CLAIMS CENTER VOOR BRAND EN
BURGERLIJKE AANSPRAKELIJKHEID IS WEER
EEN NIEUWE UITDAGING.”

“IN EEN COLLEGIALE SFEER
SAMENWERKEN MET KLANTEN, MAKELAARS
EN COLLEGA'S, SAMEN BIJDRAGEN
TOT MOOIE PRESTATIES EN TEVREDEN
KLANTEN.”

“BLIJVEN BOUWEN AAN DE GOEDE
WERKING VAN ONZE DIENST EN ZO EEN
GOED IMAGO NAAR KLANTEN CREËREN.”

“DE APPLICATIE EB-CONNECT NOG
EFFICIËNTER EN RENDABELER MAKEN
ZONDER AAN KLANTVRIENDELIJKHEID IN
TE BOETEN.”

“ONZE KMO-WERKING MEE UITBOUWEN
OP EEN RENDABELE MANIER EN ONS
BLIJVEND OP DE KAART ZETTEN.”

“NIET ALLEEN NIEUWE KLANTEN WERVEN,
MAAR VAN KLANTEN OOK TROUWE
KLANTEN MAKEN.”





**IN DE WEER VOOR
DE VAKMENSEN
VAN NU**

5. EEN STERKE EN SOLIDE GROEP

5.1. RESULTATEN IFRS 2015

Over het jaar 2015 behaalt de P&V Groep een geconsolideerd nettoresultaat van 184,3 miljoen euro (2014: 151,8 miljoen euro), een stijging van 21,37%. Het aandeel van de P&V Groep bedraagt 171,8 miljoen euro, terwijl 12,5 miljoen euro toegewezen is aan de minderheidsbelangen.

De toename van het nettoresultaat kan worden verklaard door de stijging van het financieel resultaat met 37,5 miljoen euro, gedeeltelijk gecompenseerd door de daling van het technisch resultaat met 6,4 miljoen euro. De andere componenten van het resultaat zijn gestegen met 1,4 miljoen euro.

Technisch resultaat

De terugval van het technisch resultaat met 6,4 miljoen euro komt door een toename van de verdiende premies (exclusief herverzekeringen) met 56,3 miljoen euro en een toename van de technische lasten met 62,7 miljoen euro.

De toename van de brutopremies Leven kan voornamelijk worden verklaard door de stijging met 86,1% van de individuele verzekeringenpremies bij P&V. De sterke toename van het incasso is te danken aan het commerciële succes van een nieuwe activiteit, opgestart in januari 2015. Bij VIVIUM zien we een toename met 2% die uitsluitend toe te schrijven is aan de gestegen recurrente premies. Op het vlak van de groepsverzekering is het incasso bij VIVIUM stabiel, terwijl het incasso bij P&V daalt met 3,8%. Voor de tak 21 bij VIVIUM noteren we een stijging van de koopsommen met 7,6%.

De daling van de brutopremies Niet-Leven is hoofdzakelijk te verklaren door de aanvaardingscontracten in herverzekering bij P&V, die met 50% dalen (door de opzegging van een portefeuille in Ziekte). Niettemin wordt die daling enigszins gecompenseerd door een toename van de directe zaken Niet-leven P&V met 3,4%, voornamelijk toe te schrijven aan de tak Auto en de producten bestemd voor particulieren, en door een toename van de directe zaken Niet-leven VIVIUM, die grotendeels te danken is aan Ziekte en tariefverhogingen in Brand, Auto en BA Privéleven.

Financieel resultaat

Het financieel resultaat is met 37,5 miljoen euro gestegen om in 2015 uit te komen op 677,6 miljoen euro tegenover 640,2 miljoen euro in 2014. Het financieel resultaat steeg voornamelijk dankzij het niet-courante financieel resultaat (+43,9 miljoen euro). Het courante financieel resultaat is echter gedaald met 6,4 miljoen euro. In 2015 had de waardering van de derivaten een negatieve impact op het financieel resultaat, maar die negatieve impact wordt grotendeels gecompenseerd door de meerwaarden die verwezenlijkt werden op de obligaties.

Wilt u meer details over deze cijfers?

De geconsolideerde jaarrekening van de P&V Groep volgens de IFRS-normen is beschikbaar op de websites www.pv.be en www.vivium.be.

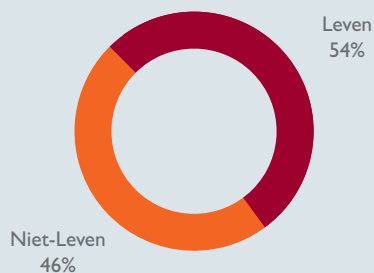
BEKNOPTE RESULTATENREKENING

	2015	2014	2013
Netto verdiende premies	1.538.631	1.482.371	1.461.814
Technische lasten	-1.610.404	-1.547.696	-1.508.080
Technisch resultaat	-71.773	-65.325	-46.266
Courant financieel resultaat	445.873	452.322	461.552
Niet-courant financieel resultaat	231.772	187.870	157.647
Financieel resultaat	677.645	640.191	619.199
Overig resultaat	-421.584	-423.033	-417.994
TOTAAL RESULTAAT	184.288	151.834	154.940

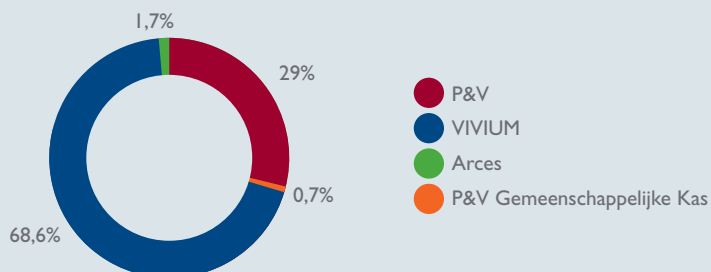
(in duizend EUR)

Enkele kerncijfers

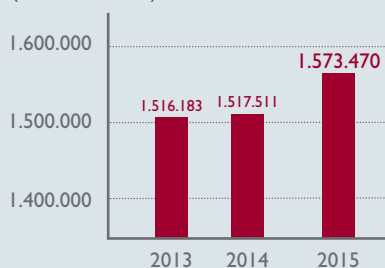
VERDELING VAN DE PREMIES
 PER ACTIVITEIT



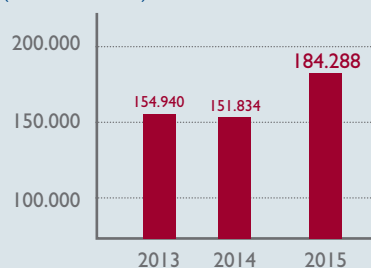
VERDELING VAN DE PREMIES
 PER MAATSCHAPPIJ



TOTALE PREMIES
 (in duizend EUR)



NETTO RESULTAAT
 (in duizend EUR)



5. EEN STERKE EN SOLIDE GROEP

5.2. GECONSOLIDEERDE BALANS IFRS 2015

Het balanstotaal steeg van 18,06 miljard euro in 2014 naar 18,09 miljard euro in 2015, wat neerkomt op een toename met 29,8 miljoen euro.

De grootste schommelingen in het actief zijn:

- De stijging van de immateriële vaste activa met 9,2 miljoen euro, voornamelijk toe te schrijven aan de start van de projecten met betrekking tot het nieuwe beheersplatform voor schadegevallen Niet-Leven en met betrekking tot de digitalisering van de inkomende en uitgaande documentstromen.
- De daling van de vastgoedbeleggingen met 25,2 miljoen euro als gevolg van de verkoop van zes gebouwen voor een bedrag van 12,4 miljoen euro en een bijzondere waardevermindering van 9,8 miljoen euro op een gebouw na de schatting ervan in maart 2015.
- De stijging van de financiële instrumenten met een bedrag van 125,1 miljoen euro. Die stijging kan vooral worden verklaard door de toename van de hypothecaire leningen.
- De financiële activa van tak 23 dalen met 511,6 miljoen euro, wat voornamelijk verklaard kan worden door de overdracht van de Luxemburgse dochter Euresa Life S.A. en waarvan 392,8 miljoen euro geherclassificeerd werd als niet-courante activa aangehouden voor verkoop.
- De post 'Niet-courante activa beschikbaar voor verkoop' is met 431,6 miljoen euro gestegen. Die stijging wordt hoofdzakelijk verklaard door de herclassificatie van de activa van Euresa Life die tevens terug te vinden is in het passief.

De belangrijkste schommelingen in het passief zijn:

- Een afname van de technische voorzieningen met 42,3 miljoen euro, wat voornamelijk te verklaren is door de verkoop van de Luxemburgse dochter Euresa Life S.A. waarvan de reserves gedaald zijn met 13,1 miljoen euro en waarvan 24,9 miljoen euro geherclassificeerd werd als niet-courante passiva aangehouden voor verkoop.
- Een toename van de financiële verbintenissen voor de beleggingscontracten met winstdeelname voor 34,1 miljoen euro. Die toename houdt voornamelijk verband met de individuele levensverzekeringscontracten in het kader van pensioensparen en het effect van de variatie van de schaduwboekhouding.
- Een afname van de financiële verbintenissen voor de beleggingscontracten zonder winstdeelname voor 450,3 miljoen euro, wat voornamelijk verklaard kan worden door de verkoop van de Luxemburgse dochter Euresa Life S.A. en waarvan 392,8 miljoen euro geherclassificeerd werd als passiva aangehouden voor verkoop.
- De post 'Niet-courante passiva beschikbaar voor verkoop' is gestegen met 426,7 miljoen euro als gevolg van de herclassificatie van de passiva van Euresa Life.

De solvabiliteitsratio IFRS

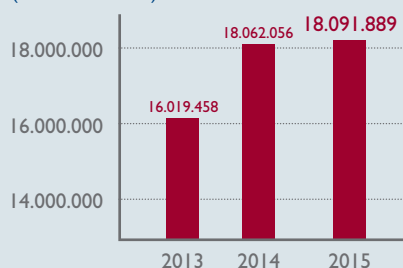
De solvabiliteitsratio IFRS (Solvabiliteit I) evolueert van 269% naar 279%. Dit is voornamelijk te danken aan de verhoging van het eigen vermogen gerelateerd aan het jaarlijks resultaat. Dit is het laatste jaar waarin deze solvabiliteitsratio IFRS (Solvabiliteit I) gepubliceerd wordt. Vanaf volgend jaar zal enkel de ratio 'Solvabiliteit II' gecommuniceerd worden in dit activiteitenverslag.

Wilt u meer details over deze cijfers?

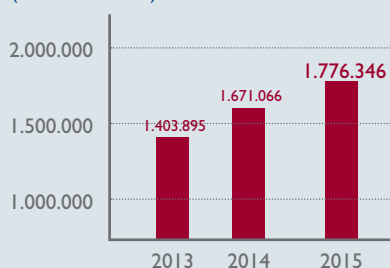
De geconsolideerde jaarrekening van de P&V Groep volgens de IFRS-normen is beschikbaar op de websites www.pv.be en www.vivium.be.

Enkele kerncijfers

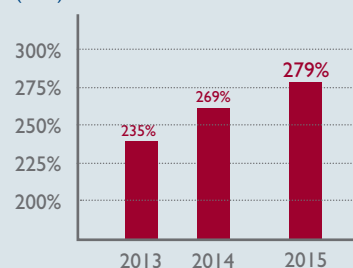
BALANSTOTAAL
 (in duizend EUR)



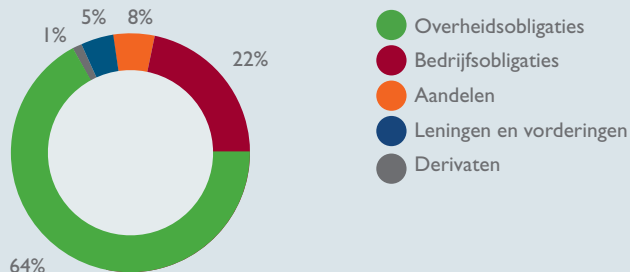
EIGEN VERMOGEN
 (in duizend EUR)



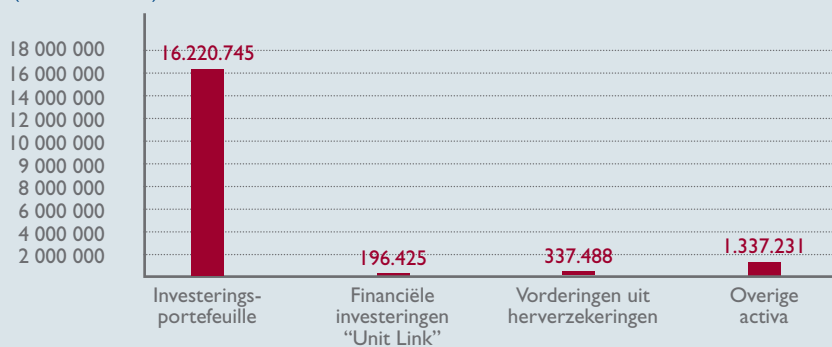
SOLVABILITEITSRATIO
 (in %)



INVESTERINGSPORTEFEUILLE



VERDELING VAN DE ACTIVA
 (in duizend EUR)



5. EEN STERKE EN SOLIDE GROEP

5.3. SOLVABILITEIT II

Tijdens de voorbije jaren heeft de P&V Groep met succes haar programma uitgevoerd dat streeft naar conformiteit met de normen van solvabiliteit II (SII) die aanvangen op 1 januari 2016. Door middel van dat programma is de P&V Groep er ook in geslaagd haar dispositief van risicobeheer te versterken.

Op 31 december 2015 is de SII-ratio (het in aanmerking komend eigen vermogen / het minimum vereist kapitaal) robuust en bedraagt ze 159%. Het vereiste solvabiliteitskapitaal bedraagt 1,1 miljard EUR en het in aanmerking komend eigen vermogen 1,8 miljard EUR. Met 93,12% van het eigen vermogen van de hoogste kwaliteit en 6,88% van superieure kwaliteit, beschikt de P&V Groep bovendien over een eigen vermogen van uitstekende kwaliteit.

Wilt u meer details over deze cijfers?

De geconsolideerde jaarrekening van de P&V Groep volgens de IFRS-normen is beschikbaar op de websites www.pv.be en www.vivium.be.

COLOFON

Voor meer informatie

Marnic Speltdoorn
Directeur Public & Press Relations
E-mail: marnic.speltdoorn@pvgroup.be

Verantwoordelijke uitgever

Dirk Wauters
Directie Interne Communicatie

Redactie

P&V Groep
Dienst Communicatie

Concept & vormgeving

P&V Groep - Marketing Grafische dienst

Vertaling

P&V Groep - Dienst vertalingen

Ce rapport est également
disponible en français



P&V Verzekeringen cvba
Koningsstraat 151 - 1210 Brussel
02/250 91 11
FSMA 0058 - RPR 0402 236 531
www.pv.be



VIVIUM
Koningsstraat 151
1210 Brussel
02/406 35 11
www.vivium.be



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



**Activiteitenverslag 2015
van de P&V Groep**

Uitgegeven juni 2016

P&V Groep

Koningsstraat 151

1210 Brussel

www.pv.be

